

# الإعلام المصري من الثورة الي الدولة



د. محمد شومان



# الإعلام المصري من الثورة إلى الدولة

تأليف

د. محمد شومان

طبعة ٢٠١٦

شومان ، محمد.

الإعلام المصري من الثورة إلى الدولة /محمد شومان،تصميم غلاف ريم السخاوى ط  
١- الجيزة: اطلس للنشر والانتاج الاعلامى، ٢٠١٥ .

١٥٦ ص ، ٢٤ سم .

تدمك: ٦ ٤١٣ ٣٩٩ ٩٧٧ ٩٧٨

١- الإعلام - مصر

أ- السخاوى، ريم (مصمم)

ب- العنوان

٣٠١,١٦١

# الإعلام المصري من الثورة إلى الدولة

تأليف

د. محمد شومان



رئيس مجلس الإدارة

عادل المصرى

عضو مجلس الإدارة

المنتدب

نوران المصرى

رقم الإيداع

٢٠١٥/٢٧٤٨٦

الترقيم الدولى

٩٧٨-٩٧٧-٣٩٩-٤١٣-٦

الطبعة الاولى

طبعة ٢٠١٦

الكتاب : الإعلام المصرى من الثورة إلى الدولة

المؤلف : د. محمد شومان

الغلاف : ريم السخاوى

الناشر : أطلس للنشر والإنتاج الإعلامى ش.م.م

٢٥ ش وادى النيل - المهندسين - الجيزة

atlas@innovations-co.com

[www.atlas-publishing.com](http://www.atlas-publishing.com)

تليفون : ٣٣٠٢٧٩٦٥ - ٣٣٠٤٢٤٧١ - ٣٣٤٦٥٨٥٠

فاكس : ٣٣٠٢٨٣٢٨

\*\*\*\*

## فهرس

٧	الإهداء.
٩	مقدمة.
١٣	الفصل الأول: الإخوان والإعلام من ٢٥ يناير إلى ٣٠ يونيو.
١٥	أولاً: ثورة ٢٥ يناير في الخطاب الإعلامي لجماعة الإخوان المسلمين.
٣٧	ثانياً: الإعلام في ظل حكم محمد مرسى.
٦١	الفصل الثاني: الإعلام والتحول الديمقراطي (قضايا نظرية).
٦٣	أولاً: الربيع العربي وحرية الإعلام.
٧١	ثانياً: هل يهيمن الإعلام الخليجي على النظام الإعلامي العربي.
٧٧	ثالثاً: دور الإعلام في تنمية المشاركة السياسية.
٨٩	الفصل الثالث: الإعلام المصري في ظل ثورة متعثرة ودولة عائدة.
٩١	أولاً: تحولات الإعلام المصري بعد الثورة.
٩٥	ثانياً: تحولات الرأي العام المصري.
٩٩	ثالثاً: القوة الثورية للسلطة الخامسة.
١٠١	رابعاً: تراجع الإعلام المصري.
١٠٥	خامساً: حزب الكتبة التليفزيوني.
١٠٧	سادساً: المذيعون الجدد.

١١٣	سابعاً: إعلام يبيع جمهوره.
١١٧	الفصل الرابع : خارطة طريق لإصلاح الإعلام المصري.
١١٩	أولاً: في ضرورات وقف فوضى الإعلام.
١٢٣	ثانياً: تعالوا نتحيز.
١٢٧	ثالثاً: الإعلام المصري بعد عام من حكم السيسي.
١٣٣	رابعاً: حرية الإعلام في دستور ٢٠١٤.
١٤٣	خامساً: الدستور ينقذ إعلامنا من الانهيار.
١٤٧	سادساً: مقترحات لإعادة هيكلة الإعلام المصري في ضوء دستور ٢٠١٤.

## الإهداء

إلى علي ..

الجد والأب والابن...يرحمهم الله





## مقدمة

يقدم الكتاب دراسة حالة لتحولات الإعلام المصري من ثورة ٢٥ يناير غير المكتملة، مروراً بحكم الإخوان المسلمين السريع والمضطرب، وانتهاءً بحكم الرئيس عبد الفتاح السيسي. والفرضية الرئيسية التي يناقشها الكتاب هي أن ثورة ٢٥ يناير أطلقت حرية الإعلام، ما ساعد في خلق مجال عام حيوي، اتسم بالتنوع والانتشار وقوة التأثير، لكن هذه الحرية حملت نقيضها، وأدت إلى حالة من الفوضى الإعلامية، وتراجع مستويات الأداء المهني، وغياب لمواثيق الشرف الإعلامي، والأخطر تراجع التنوع الحقيقي في الإعلام وهيمنة إعلام الصوت الواحد، والمفارقة أن هذا التحول حدث من دون تدخل مباشر من الدولة التي استعادت عافيتها بعد انتخاب عبد الفتاح السيسي رئيساً للجمهورية.

أطلقت ثورة يناير العنان لظهور عشرات الصحف والقنوات التليفزيونية الخاصة، والتي يملكها عدد من كبار رجال الأعمال بعضهم أسس وأدار - وما يزال - أحزاباً سياسية بشكل مباشر، ومن ثم اختلط المال بالسياسة والإعلام في صور فجّة ومباشرة، من دون تحديث في التشريعات الإعلامية لضبط الأداء الإعلامي، والكشف عن مصادر تمويل القنوات والصحف الجديدة، علاوة على عدم وجود نقابات تدافع عن حقوق الإعلاميين العاملين في القنوات التليفزيونية الخاصة أو العامة. ومارست الصحف وقنوات التليفزيون الخاصة حرية الرأي والتعبير من دون قيود أو تدخل مباشر من الدولة التي عانت من الضعف وتركت الإعلام يعمل بحرية هددت في بعض الأحيان الأمن القومي لمصر، حيث لم نعرف مصادر تمويل بعض الصحف والقنوات، وظهرت قنوات توظف الدين في السياسة، وتقدم قيادات الإرهاب في السبعينيات والثمانينيات كأبطال ونماذج يحتذى بها. بينما عانت الصحف والقنوات المملوكة للدولة من ضعف المصداقية وأعباء العمل البيروقراطي وضعف التمويل، وبالتالي افتقدت القدرة على التجديد ومنافسة الإعلام الخاص.

وبكلمات.. تراجع إعلام الدولة لصالح إعلام رجال الأعمال الذي أصبح الأكثر مشاهدة وتأثيراً، ومن ثم سيطر الإعلام الخاص على أهم أدوات تشكيل وربما تضليل الرأي العام.

ويناقش الكتاب، اعتماداً على المنهج النقدي، مجموعة من الإشكاليات التي تدور حول حدود دور الإعلام في متابعة قضايا الثورة، وهل كان مجرد ناقل أم صانع لأحداث وتحولات الثورة ذاتها، وإلى أي مدى تأثر الإعلام بفائض التسييس والتوظيف السياسي للدين، حتى أنه خسر الكثير من القواعد المهنية ومواثيق الشرف الإعلامي، وهل لعب الإعلام دوراً في تعميق الانقسام والاستقطاب السياسي في المجتمع، أم أنه كان ضحية لهذا الاستقطاب؟، وإلى أي مدى أثرت أنماط الملكية ودور وكالات الإعلار في توجيه القنوات والصحف الخاصة، وتحديد أولويات القضايا التي تركز عليها.

ويقدم الفصل الأول تحليلاً نقدياً لموقف خطاب الإخوان الإعلامي من ثورة ٢٥ يناير، وكذلك يكشف عن رؤية الإخوان البرجماتية للإعلام اعتماداً على أدبيات الجماعة، وفي المقدمة منها كتابات حسن البنا وممارساته، وكذلك ممارسة الجماعة للصحافة والإعلام، حيث تلخصت تلك الرؤية في إدماج الإعلام وتوظيفه لصالح الدعوة، بغض النظر عن مراعاة الدقة أو الالتزام بالقواعد المهنية، والمفارقة أن مجمل رؤية الإخوان للصحافة تأثرت بالفكر والتجربة النازية في ألمانيا، والتجربة السوفيتية في عصر "ستالين".

ولاشك أن مناقشة دور الإعلام في الثورة المصرية يتطلب أساساً نظرياً ومنهجياً عالجه الكتاب في الفصل الثاني، حيث ناقش قضايا الإعلام والتحول الديمقراطي، وخصوصاً دوره في تنمية المشاركة السياسية، وفي هذا الإطار كان من الضروري الإشارة إلى أنماط ملكية الإعلام في مصر وفي المحيط العربي، والمخاوف من هيمنة الإعلام المملوك لدول وشركات وأفراد من دول الخليج على فضاء الإعلام العربي والمصري.

ويقدم الفصل الثالث معلومات وآراء توضح أبعاد الفرضية الأساسية للكتاب، حيث عالج تحولات الإعلام المصري بعد الثورة وعلاقتها بتحويلات الرأي العام، والتقلب في مواقفه إزاء الإخوان والسلفيين والجيش، وكذلك تراجع الإعلام المصري نتيجة تراجع مستويات المهنية والالتزام بمواثيق الشرف الإعلامي، فضلاً عن أنماط استهلاك الجمهور للمضامين والبرامج المقدمة.

ويحاول الفصل الرابع والأخير تقديم خارطة طريق لإصلاح الإعلام المصري من خلال فرضية أساسية هي سرعة تطبيق مواد دستور ٢٠١٤ الخاصة بحرية الرأي والتعبير وتنظيم الإعلام، وهذه الفرضية التي يتبناها الكتاب لا تمنع من تقديم تحليل نقدي لمواد الدستور، الذي سمح من وجهة نظري لفرض قيود على حرية الرأي والتعبير، إضافة إلى عدم تحديد العلاقة بين الهيئات الثلاث المقترحة لتنظيم الإعلام، وآليات ضمان استقلالها المالي والإداري. إن تبني فرضية تفعيل مواد الدستور وسرعة تطبيقها هي بمثابة طوق نجاة للإعلام المصري كي يتحول لإعلام تعددي بشكل حقيقي، إعلام للمجتمع وليس للحكومة أو لرجال الأعمال، إعلام تختفي فيه أشكال الاحتكار وهيمنة الإعلانات، إعلام يسمح لكل المواطنين بممارسة حقوقهم الاتصالية.

وتكفي الإشارة هنا إلى أن الإعلام وبعد عام من حكم الرئيس عبد الفتاح السيسي، وقرابة عامين من إطلاق الدستور، ما يزال يعاني من مشكلات هيكلية تناولها الكتاب تفصيلاً، وأعتقد أن هذه المشكلات هي التي دفعت الرئيس والرأي العام إلى انتقاد دور الإعلام ومطالبته بالتغيير ومواكبة مهام المرحلة، وتطوير دوره في الخارج، حتى يستطيع أن يواجه إعلام الإخوان وأنصارهم أولاً، ويقدم صورة صحيحة ودقيقة عما يجري في مصر.

في الأخير، أرجو أن يكون هذا الكتاب قد نجح في مناقشة الفرضيتين الرئيسيتين اللتين طرحهما، علاوة على عديد من الإشكاليات التي تكشف - من وجهة نظري - علاقات التداخل بين الإعلام والتغيير السياسي، وحدود التأثير المتبادل بينهما، وكذلك

علاقة الدولة ورجال الأعمال والمعلنين بإنتاج وتداول الخطاب الإعلامي، وتبقى في النهاية ملاحظة تحذيرية، لابد أن تطرح هنا ونفكر فيها جميعاً، تتعلق بمخاوف مشروعة من إصدار قوانين تجسد مواد الدستور وتفصله، ولكن بطريقة غير ديمقراطية، تتناقض مع روح الدستور، وتعيد إنتاج نظام إعلامي سلطوي، وأتصور أن هذا التحذير له ما يبرره، في ضوء الخبرة التاريخية المصرية، فكم من قوانين وقواعد تنظيمية سلبت دستور ١٩٧١ روحه الديمقراطي؟، كذلك كم من قوانين جيدة طبقت بطرق خاطئة وبعيدة تماماً عن روح الدستور وإقانونون. أتمني وأرجو من الرئيس والبرلمان القادم أن يصدرا قوانين بتنظيم الإعلام تلتزم روح دستور ٢٠١٤ وتؤسس لنظام إعلامي ديمقراطي حقيقي، يرضي عنه الإعلاميون وأغلبية المصريين، ولن يتحقق ذلك إلا عبر مشاركة وطنية وحوار مجتمعي شامل حول مشاريع قوانين الإعلام في المرحلة القادمة.

\*\*\*

## الفصل الأول

### الإخوان والإعلام من ٢٥ يناير إلى ٣٠ يونيو



## أولاً: ثورة ٢٥ يناير في الخطاب الإعلامي لجماعة الإخوان المسلمين

تكاد تتفق أدبيات الخطاب على اعتباره مجمل القول والممارسة الاجتماعية، وأنه يجسد ثقافة المجتمع في مرحلة تاريخية معينة، وفي هذا الإطار يدهش بعض الباحثين من التناقض بين القول والفعل في الخطاب العربي، فما يقال، خاصة في الفضاء السياسي وتنطق به الأحزاب والإعلام الحزبي، يتعارض -إن لم يتناقض- مع المواقف والأفعال الحقيقية، وترتفع مستويات التعارض بين القول والفعل عند الأحزاب والجماعات السرية أو التي لا يسمح القانون بوجودها. (محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي، أطر نظرية ونماذج تطبيقية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٧).

ويناقش البحث خمس فرضيات أساسية:

الأولى: أن الفهم السليم للخطاب كنظرية وأداة تحليل يفرض قبول التناقض بين القول والفعل وإدخاله ضمن تحليل الخطب، فالتناقض هنا ممارسة اجتماعية تغني التحليل ولا تقلل منه، كما أن هذا التناقض بين القول والفعل لا يقتصر على الخطاب العربي أو الثقافة العربية، بل هو ممارسة خطابية تتجاوز كل المجتمعات والثقافات، وليست حصراً على ثقافة بعينها أو ممارسة اجتماعية بذاتها، ولكن بطبيعة الحال هناك مستويات ودرجات من التناقض أو الفجوات بين القول والفعل، وبالتالي فإن الكشف عن تناقضات بين القول والفعل في الخطاب الإعلامي لجماعة الإخوان المسلمين لا يقلل من مكانتها أو شأنها، ولا يورط الباحث في موقف سلبي من الإسلام -الجماعة لا تمثل الإسلام أو المسلمين- فهي ممارسة عامة في السياسة والثقافة المصرية، لكن المفارقة أن تناقضات خطاب الجماعة من العمق والحدة بحيث يجرده من الثوب الأخلاقي الوعظي والادعاء باتباع المنهج الإسلامي الصحيح، ويكشف عن دنيوية هذا الخطاب وانتهازيته السياسية.



الفرضية الثانية: هي أن خطاب الجماعة يعكس تكوين الجماعة المركب والمراوغ، فهي جماعة دينية، إصلاحية، سياسية، وبالتالي فإن خطاب الجماعة يتعمد، منذ نشأته، الخلط بين الديني والإصلاحي والسياسي، مع توظيف الديني والإصلاحي لصالح السياسي الذي يهيمن علي مجمل الخطاب وتحولاته.

الفرضية الثالثة: أن الخطاب الإعلامي الذي يستهدف الإعلان عن أفكار ومواقف الجماعة ليس هو خطاب الإخوان، بل ليس هو مجمل خطاب الإخوان المسلمين، وليس خطابهم السياسي، بل هو خطابهم المعلن الذي يسعى لكسب الرأي العام وتحسين الصورة، وقد يتضمن جوانباً من خطابهم العام والخطاب السياسي، فثمة جوانب أخرى من الخطاب غير معلنه ترتبط بالطابع السري لتنظيم الإخوان وأنشطة الجماعة المحجوبة عن الشرعية، كما أن الخطاب الموجه للأعضاء في المستويات التنظيمية للجماعة يختلف عن الخطاب لإعلامي، أي لا يوجد تطابق بين الخطاب الإعلامي وخطاب الجماعة، بل وحتى خطابهم السياسي.

الفرضية الرابعة: تتعلق بالمنهج الإصلاحي الوسطي المتدرج، الذي يوجه خطاب الجماعة ويسيره، وبالتالي يبدو الخطاب بعيداً عن الثورة التي شارك الإخوان في صنعها، بطيئاً في ردود أفعاله على الأحداث، متعمداً التعميم والغموض، بحيث يمكن إعادة تفسيره أو تأويله بحسب المصلحة وتغير الأوضاع السياسية، ما قد يفضي في النهاية إلى انتهازية سياسية فجّة .

الفرضية الخامسة والأخيرة: أن أدوات الخطاب الإعلامي لجماعة الإخوان اتسمت بالتنوع والتجديد والقدرة على كسر الحصار الإعلامي الذي فرضه نظام مبارك على الجماعة، من خلال استخدام وسائل الإعلام الجديد، فقد كان للجماعة السبق عن الأحزاب والجماعات السياسية الأخرى في امتلاك مواقع إلكترونية تنطق باسمها على شبكة الإنترنت ترجع للعام ١٩٩٨، وبفضل شباب الجماعة امتلكوا شبكة من المواقع الإخبارية والمدونات مع استخدام فعال للفيس بوك وتويتر، ما يعني أن الجماعة -شباب

الجماعة تحديداً- واكبوا وشاركوا في عملية التشبيك الاجتماعي والفعل السياسي الافتراضي، ثم الانتقال الناجح والسريع إلى أرض الواقع، ومن هذا المنظور الشبكي المعلوماتي فإن شباب الجماعة لم يختلفوا عن الشباب المصري الذي فجر ثورة ٢٥ يناير، وإن ظلت أفكارهم وانتماءاتهم إلى الجماعة باعتبارها كياناً سلفياً تقليدياً محافظاً، وهذا التعارض الفكري والمعلوماتي والجيلي يمكن أن يفسر عدداً من الانشقاقات التي ضربت الجماعة في الأشهر القليلة التي تلت رحيل مبارك وأسرته عن الحكم.

#### أولاً: أدوات الخطاب الإعلامي:

توجد علاقات تأثير متبادل بين الخطاب وأدواته، ولاشك أن تكنولوجيا الاتصال والإنترنت قد فرضت على الجماعة وغيرها من القوى السياسية أو ضاعاً جديدة تحفل بالفرص والتحديات، وأعتقد أن الجماعة نجحت في التعامل مع فضاء الإنترنت والإعلام الجديد ربما نتيجة عدم امتلاكها لوسائل إعلام تقليدية تعبر عنها، وربما لوجود قطاع شبابي متعلم قادر على التعامل مع تكنولوجيا الإنترنت والإعلام الجديد، في هذا السياق امتلكت الجماعة مواقع إلكترونية منذ عام ١٩٩٨، ويبدو أن قيادات الجماعة -وأغلبهم من كبار السن- قد أدركوا الإمكانيات الكبيرة التي توفرها المواقع كأدوات إعلامية ووسائل للدعاية والتنظيم والحشد منخفضة التكلفة، ويصعب على أجهزة الأمن راقبتها أو منعها، لذلك توسعت الجماعة في إطلاق كثير منها، خاصة بعد نجاح دورها في انتخابات عام ٢٠٠٠، ثم بدأت المواقع الإخوانية المتخصصة في الظهور، كالتي تخاطب الطلبة والعمال، والتي تنطق باسم الإخوان الجماعة في كل محافظة.

لكن إدراك قيادة الجماعة لأهمية مواقع الإنترنت والاستفادة منها لم يمنع قلقهم من الطابع غير المركزي والمفتوح لعالم الإنترنت، فالطابع المركزي للجماعة كان يتعارض وقوانين وآليات الشبكة والفضاء الإلكتروني الحر من كل قيد، إضافة لمشكلات التشغيل والتحرير والتي كان يقوم بها شباب الجماعة من الهواة والمتطوعين لبعض الوقت، لذلك

رأت قيادة الجماعة تأسيس موقعًا رسميًا قادرًا على التعبير عنها، فظهر موقع «إخوان أون لاين» في أبريل ٢٠٠٣ ليكون أول موقع رسمي للجماعة، واعتمد في تشغيله وتحريره على محترفين. وبحسب «إخوان ويكي» فإن الموقع لعب دورًا بالغ الأهمية في انتخابات ٢٠٠٥، أهله لأن يكون ضمن المائة موقع الأولى عند المصريين، غير أنه تراجع بعد ذلك بشكل مستمر حتى أصبح في الترتيب (٤٠٤) في أكتوبر ٢٠٠٨، ولا يزال الزوار من مصر يمثلون النسبة الأكبر في التردد على الموقع (أكثر من ٥٠٪) يليهم زوار السعودية ثم الجزائر والكويت. (إخوان ويكي).

ومع ظهور المدونات في الألفية الجديدة بدأت بحسب «إخوان ويكي» التجربة التدوينية عند الإخوان في عام ٢٠٠٥ بمدونات محدودة، وفي نهاية العام ٢٠٠٦ وبدايات ٢٠٠٧ انطلقت التجربة التدوينية عند الجماعة بشكل كبير فكانت مدونات ضد المحاكمات العسكرية مثل «إنسى، والحرية لبشر، والحرية لحسن مالك، ورجل حر رغم القيود»، ومدونات شباب الإخوان مثل مدونات «أنا إخوان، ومش هنبطل، ويالا مش مهم، وابن أخ، ونجوم الحيرة». وقد قدمت تلك المدونات صورة إنسانية للجماعة وأفرادها بعد أن كان يُنظر إلى أفرادها ككتل بشرية تتحرك بشكل آلي، فتظهر هنا في مظاهرة أو هناك في جنازة، ففرقت المدونات تلك الكتل ليظهر الفرد الإخواني بمفرده عارضًا أفكاره وقناعاته، بل ونقده في بعض الأحيان للجماعة. (إخوان ويكي).

لكن هناك من يرى أن معظم مدونات الإخوان ما هي إلا إعادة إنتاج لخطابها التقليدي، من خلال إطلاق عدد كبير من المدونات -منها مدونات لأبناء قياديين في الجماعة- تقدم صورًا متفق عليها ومخطط لها سلفًا، ما يعني أن مدونات شباب الإخوان والقرييين منهم، والتي بلغت ٢٠٠ مدونة تقريبًا، ليست تعبيرًا عن رفض شبابي لفكر قيادة الإخوان، كما أنها ليست تعبيرًا حرًا عن آراء ومواقف بعض شباب الإخوان، ولا يتعارض هذا الحكم مع ظهور عدد محدود من مدونات شباب الإخوان قدمت نقدًا قاسيًا لبعض أوضاع الجماعة من الداخل مما عرض أصحابها للفصل من الجماعة. (روز اليوسف ٣٠ يناير ٢٠١٠).

وبغض النظر عن الاختلافات حول تقييم المدونات الإخوانية، فإن الدلالة الأهم بالنسبة للدراسة الحالية أن الجماعة تمتلك أدوات إعلامية متعددة ومهمة في فضاء الإنترنت والإعلام الجديد، فهناك عشرات المدونات التي تقدم الخطاب الإعلامي للإخوان وتروج له بين الشباب. وبالإضافة للمواقع والمدونات أطلق أعضاء الجماعة عددًا من القنوات التلفزيونية والإذاعات علي الإنترنت، إلا أنها لم تستمر طويلًا، وفي عام ٢٠٠٨ قررت الجماعة تأسيس «إخوان ويكي» وهي موسوعة إلكترونية على غرار «ويكيبيديا» تختص بتقديم تاريخ الجماعة ومواقفها من وجهة نظر رسمية، كما تدير الجماعة العديد من صفحات الفيس بوك، وموقعًا لتقديم مقاطع فيديو وأفلام تروج للجماعة بعنوان «إخوان تيوب».

وعلاوة على أدوات الإعلام الجديد دأبت الجماعة على إصدار البيانات وتوزيعها على وسائل الإعلام أو عبر وسائل الإعلام الجديد، فضلًا عن الأحاديث والمؤتمرات الصحفية واشترك بعض رموز الجماعة في البرامج الحوارية بالقنوات التلفزيونية، وذلك بالرغم من التضييق الذي فُرض على ظهور بعض الأسماء في القنوات الخاصة، خاصة بعد انتخابات ٢٠١٠ المزورة، ومع قيام الثورة لعبت أدوات الإعلام الجديد التي تمتلكها الجماعة أدوارًا مهمة في متابعة أحداث الثورة، خصوصًا موقع «إخوان أونلاين»، وصفحة «رصد» التي أسسها أحد شباب الجماعة -أنس فوزي- على الفيس بوك، وقامت بنقل وقائع الثورة من الشوارع والميادين بشكل مباشر وبالكلمة والصورة، وذلك من خلال شبكة مراسلين هواة متطوعين، أغلبهم من أعضاء الجماعة الذين شاركوا في الثورة، وقدموا نموذجًا ناجحًا لإعلام المواطن الذي يساهم في صناعة الأحداث ونقلها عبر وسائل

الإعلام الجديد (R.N.N شبكة رصد) on Sunday, February ٢٠, ٢٠١١ at ٥:٥١pm.

على مستوى آخر بذل إعلام الجماعة جهدًا كبيرًا في نشر مواقف الجماعة عبر البيانات التي كانت تصدرها وتصريحات بعض قاداتها، والدفاع عن مواقف الجماعة،

خاصة تجاه ما تردد عن رفض قيادة الجماعة المشاركة في مظاهرات ٢٥ يناير، وكذلك مشاركتها في الحوار مع عمر سليمان نائب رئيس الجمهورية السابق، قبل تحقيق مطلب رحيل مبارك الذي تمسك به الثوار في التحرير وميادين مصر، بما فيهم شباب الإخوان، ومع رحيل مبارك وتولي المجلس العسكري الحكم طرأت بعض التغيرات على الأوضاع السياسية والإعلامية لكن من المؤكد أن جماعة الإخوان حصلت على كثير من المكاسب، في مقدمتها الاعتراف بمشروعيتها وتوقف الملاحقات الأمنية لأعضائها، والسماح لها لأول مرة في تاريخها بتأسيس حزب سياسي باسم «الحرية والعدالة»، وتوقف وسائل الإعلام الحكومية عن تشويه الجماعة واستعداد الرأي العام ضدها، بل والسماح بظهور قيادات الجماعة في وسائل الإعلام، ولاشك أن هذه الأوضاع سمحت للجماعة بتطوير أدوات خطابها الإعلامي، فنظمت لجماعة عشرات الندوات والمؤتمرات الجماهيرية، كما أطلقت العديد من المواقع الإلكترونية في المحافظات ولبعض الفئات داخل الجماعة، لكن ربما كان التطور الأهم هو إطلاق قناة تليفزيونية باسم «مصر ٢٥»، وإصدار صحيفة باسم «الحرية والعدالة» تعتبر لسان حال الحزب المنتمي لجماعة الإخوان المسلمين، وقد ظهرت القناة والصحيفة في مستوى متواضع فنيًا ومهنيًا، لكن ربما يتطور أداؤهما في المستقبل، حيث يصعب تقييم أداء قناة أو صحيفة في الأسابيع الأولى لظهورها.

وأعتقد أن اعتماد القناة والصحيفة في تمويلهما على الجماعة جعل منهما مجرد أداتين لبث الخطاب الرسمي لجماعة الإخوان، بغض النظر عن التجديد في الأشكال التي سيقدم بها ذات الخطاب، القصد أن الخطاب المغلق لجماعة الإخوان، والعلاقة الملتبسة وغير الواضحة بين الحزب والجماعة ستقلص من قدرة القناة والصحيفة -كأداتين للخطاب- على تجديد أو تطوير الخطاب الإعلامي والسياسي، وسيظل على الأرجح كل منهما تابعًا ماليًا -لاحظ ندرة الإعلانات في الصحيفة والقناة- وإداريًا لمكتب الإرشاد، تمامًا كما هو الحال بالنسبة لأدوات الإعلام الجديد التي تستخدمها الجماعة بنجاح في بث خطابها الإعلامي وتحسين صورتها بين الناس.

## ثانيًا: تحليل الخطاب الإعلامي للإخوان تجاه ثورة ٢٥ يناير:

يغطي التحليل أحداث الثورة المصرية والتي بدأت بمظاهرات ٢٥ يناير وحتى جمعة النصر في ١٨ فبراير والتي كانت علامة فارقة في مسار الثورة من حيث انتهاء أحداثها الكبرى، وبداية الانقسام بين الإخوان والقوي المدنية حول طبيعة الدولة والنظام الجديد، وتعتبر هذه الفترة على قصرها بالغة الأهمية في تاريخ مصر وتاريخ الإخوان المسلمين، فقد شهدت وما تزال تحولات بالغة الأهمية انعكست على مجمل خطاب الإخوان، وعلى خطابهم الإعلامي، فقد اختفت من خطاب الجماعة مكونات الاستضعاف والخوف، ليحل مكانها مكونات الثقة بالنفس وقرب التمكين، بل والتأكيد على قدرة الجماعة على حكم مصر وتحقيق نهضتها، بينما استمر النهج الإصلاحي المحافظ والمتدرج، والذي يتعارض مع منطق الثورة ووظائفها، كما استمر الغموض والتعميم في صياغة الخطاب وتركيبه اللغوي ومفرداته، وقد فرضت دواعي التحليل التوقف عند التحولات المهمة في خطاب الإخوان في فترات لاحقة تمتد إلى يوليو ٢٠١١.

وفيما يلي رصد وتحليل لأهم التحولات التي طرأت على خطاب الإخوان وانعكست على خطابها الإعلامي، انطلاقًا من فرضية أن الخطاب الإعلامي يتبع تحولات الخطاب السياسي ومواقفه المعلنة ويروج لها.

## من المشاركة الرمزية إلى المشاركة الكاملة في الثورة:

تعمدت الجماعة التريث وعدم التسرع في إعلان موقفها من الدعوة للتظاهر في ٢٥ يناير، مع ممارسة قدر مقصود من الغموض يعكس في الحقيقة خوفًا تاريخيًا موروثًا لدى الجماعة من احتمال حدوث صدام واسع مع النظام؛ لذلك لم يصدر مكتب الإرشاد بيانًا أو تصريحًا رسميًا يحدد موقف الجماعة من المشاركة في مظاهرات جمعة الغضب ٢٨ يناير، كما لم يصدر بيانًا يوضح موقفه من جمعة الغضب وما تبعها من تطورات إلا في

٢٩ يناير، بينما سمح لبعض رموز وقيادات الجماعة بالإدلاء بتصريحات صحفية تعلن مشاركة الإخوان بشكل رمزي من خلال الجمعية الوطنية للتغيير، ومن خلال عدم التصدي لرغبة الشباب في المشاركة، ما يعني عدم وجود قرار تنظيمي بالمشاركة على نطاق واسع في المظاهرات، ويلاحظ أن هذا الأسلوب يتبعه مكتب الإرشاد في كثير من المواقف السياسية، حيث تحرص قيادة الجماعة على الإمساك بالعصا من المنتصف، فهي لم تؤيد التظاهر أو تدعو إليه، لكنها في الوقت نفسه لم تعارضه، فبعض قيادات الجماعة من خارج أو حتى داخل مكتب الإرشاد أيدوا المشاركة في التظاهر، لكن في الأخير يظل هذا موقفهم، وبالتالي يمكن لمكتب الإرشاد أو المرشد العام أن يكذب أو يصحح تصريحات بعض قيادات الجماعة وذلك بحسب سير الأحداث ودواعي المصلحة.

في هذا السياق أعلن د. محمد البلتاجي، الأمين العام السابق للكتلة البرلمانية لجماعة الإخوان المسلمين، مشاركة «الجماعة» في مظاهرات ٢٥ يناير، من خلال الجمعية الوطنية للتغيير، أمام دار القضاء العالي مع أعضاء البرلمان الشعبي، وقال إن الجمعية والبرلمان الشعبي سيعلنان مطالبهما ضمن التظاهرة التي يتخللها مؤتمر صحفي، يعلن فيه المشاركون مطالبهم قبل ما سماه «الانفجار الشعبي»، بينما قال د. عصام العريان عضو مكتب الإرشاد: «سنشارك برموز الجماعة ولا نستطيع أن نمنع شباب الإخوان من المشاركة، لأن هذا واجبهم، خاصة أن الدعوة كانت عبر الفضاء الإلكتروني، فمن حقهم التفاعل معها». (المصري اليوم في ٢٤ يناير ٢٠١١).

ورغم المشاركة المحدودة للجماعة في مظاهرات ٢٥ يناير إلا أن وزارة الداخلية اتهمت في بيان لها أعضاء الجماعة بارتكاب أعمال عنف في ميدان التحرير مساء يوم ٢٥ يناير، وبحسب مصادر الإخوان فإن أجهزة الأمن وجهت إنذاراً للجماعة بعدم المشاركة في مظاهرات جمعة الغضب في ٢٨ يناير، لكن الجماعة أعلنت مشاركتها، فقامت أجهزة الأمن باعتقال نحو ٥٠٠ من أعضائها بينهم ٧ من أعضاء مكتب الإرشاد والمئات من القيادات

بالمحافظات، واستثنت الاعتقالات د. محمد بديع المرشد العام للجماعة، ونوابه الثلاثة. (المصري اليوم ٢٩ يناير ٢٠١١).

وتجدر الإشارة هنا إلى أن مكتب الإرشاد لم يصدر بيانًا يعلن فيه مشاركته في جمعة الغضب، والمفارقة أن الرسالة الأسبوعية للمرشد العام والتي صدرت في ٢٧ يناير بعنوان «تبقى الشعوب ويزول الطغيان»، لم تتضمن دعوة صريحة أو ضمنية لاشتراك الإخوان في جمعة الغضب، وبالتالي لم يروج الخطاب الإعلامي للإخوان للمشاركة في فعاليات جمعة الغضب، ما يعني أن قرار المشاركة كان أمرًا تنظيميًا داخليًا غير مسموح بالإعلان عنه، لكن أجهزة الأمن علمت به، لذلك كان إنذارها وتهديدها للجماعة، من هنا يمكن إثبات صحة الافتراض القائل بأن الخطاب الإعلامي للإخوان لا يعبر أو يعلن عن كل مواقف الجماعة وتفاعلاتها.

شاركت الجماعة بفاعلية في جمعة الغضب، فلم يكن بمقدور ما تبقى من مكتب الإرشاد التأخر عن حركة الشارع، كما أن كل دواعي الحرص والتريث التي تميز منهج قيادة الإخوان لم تكن تجدي في ظل ارتباك أجهزة الأمن وميلها لاتهام الجماعة بقيادة لأحداث، وحرصت الجماعة مثل غيرها من القوى السياسية على عدم رفع شعارات خاصة، وساهمت مواقع الجماعة الإلكترونية وشبكة «رصد» في متابعة الأحداث، وأصدرت الجماعة في ٢٩ يناير بيان يعتبر الأول الذي تناولت فيه أحداث الثورة، وجاء بعنوان «بيان بشأن الانتفاضة المباركة للشعب المصري»، أكدت فيه أن ما حدث ثورة تلقائية سلمية وطنية ترفض الظلم وتطالب بالحرية والإصلاح الشامل، وأن الذين يقومون بتخريب المحلات والاعتداء على الممتلكات العامة والخاصة هم شركاء الجهاز الأمني من البلطجية الذين سبق أن استعان بهم الأمن في قمع الشعب وتزوير إرادته في الانتخابات، ووجهت الجماعة في هذا البيان تحية إلى القوات المسلحة، كما طالبت بإلغاء قانون الطوارئ، وحل مجلسي الشعب والشورى، والإفراج عن المعتقلين، وتشكيل حكومة انتقالية من خارج الحزب الوطني، وتشكيل لجنة تحقيق في الأحداث،



وشددت على الاستمرار في الانتفاضة حتى تحقيق مطالب الشعب، وأكد البيان أن الإخوان جزء من الشعب المصري، كما أكد على ضرورة الحفاظ على وحدة كل القوى الوطنية.

وأصدرت الجماعة بيانين يومي ٣٠ و٣١ يناير لم يختلفا في مضمونهما ومواقفهما عن بيان ٢٩ يناير، مما قد يعني حرص الجماعة على عدم التصعيد في مواقفها أو مطالبها وانتظار ما ستسفر عنه تطورات الأحداث، والمفارقة أن البيانات الثلاث حملت بعضاً من المطالب العشرة التي كان الإخوان قد طالبوا بها في ١٩ يناير في أعقاب الثورة التونسية، وكان هذا البيان قد صدر بعنوان «١٠ مطالب لتجنب الثورة الشعبية»، وأملحوا فيه إلى أن كفة الاستقرار لن تدوم طويلاً وحمل بيان الأول من فبراير تطوراً في خطاب الإخوان تمثل في المطالبة بتنحي رئيس الجمهورية وتولي رئيس المحكمة الدستورية مهامه، وحل مجلسي الشعب والشورى، وإجراء انتخابات برلمانية، مع تكليف البرلمان المنتخب بتعديل الدستور لإجراء انتخابات رئاسية حرة.

وتوالت بيانات الجماعة في الثاني والثالث من فبراير حيث جددت كالعادة تحية الجيش ومطالبته بحماية المتظاهرين، وأكدت الاستمرار في الانتفاضة حتى تحقيق مطالب الشعب كما دانت الاعتداءات على المتظاهرين فيما عرف بموقعة الجمل، ويمكن القول إن خطاب الإخوان الإعلامي قد حمل جديداً من خلال بيان الجماعة في ٣ فبراير، الذي تحدث لأول مرة عن شكل النظام السياسي والاجتماعي الذي تسعى إليه الجماعة كبديل لإصلاحي لنظام مبارك، حيث اعتمد صياغة مراوغة تدعي تمثيل الإخوان للشعب، فقال: «يؤكد الإخوان المسلمون اتفاقهم التام مع الرغبة الشعبية الواضحة في أن تكون مصر دولة مدنية ديمقراطية ذات مرجعية إسلامية، الأمة فيها هي مصدر السلطات، يتحقق فيها لكل المواطنين الحرية والمساواة والعدالة الاجتماعية، وتعتمد النظام البرلماني نظاماً للحكم وتكفل حرية تكوين الأحزاب والجمعيات، مع التأكيد على الاستقلال التام للقضاء، وأن تتم محاكمة المدنيين أمام القضاء الطبيعي، على أن تبقى فيها المؤسسة العسكرية

حامية للوطن، بعيدة عن السياسة، حارسة للإرادة الشعبية السليمة، ويتمتع فيها الإعلام بالاستقلال والحرية». (ويكيديا الإخوان المسلمين، بيان من الإخوان المسلمين حول أحداث يوم الخميس الثالث من فبراير).

وفي ٤ فبراير شكلت الجماعة غرفة عمليات لمتابعة أحداث الثورة. وأصدرت بيانًا جددت فيه الاعتزاز الكامل بالشعب المصري العظيم الذي خرج منذ يوم الثلاثاء ٢٥ يناير، وأشارت إلى قيام الجيش المصري الشامخ بحماية المتظاهرين سلميًا ضد كل صور الإرهاب والبلطجة، «وهذا هو عهدنا به دائمًا وما نأمله منه في المستقبل»، وأكدت الجماعة أنهم ليسوا طلاب سلطة ولا منصب ولا جاه ومن ثم فلن يرشحوا أحدًا منهم للرئاسة ولن يزاحموا أحدًا، وإنما هم هيئة إسلامية جامعة تعمل على تحقيق الإصلاح الشامل بكل وسائل التغيير السلمي الشعبي، وتسعى لاستعادة الشعب لسيادته وحقوقه وتحترم إرادته واختياراته، كما أنهم صمام أمن للاستقرار والبناء والتقدم، ويتصدون على الدوام للفوضى والهدم والفساد والتخلف، كل ذلك من منطلق إسلامي وطني.

وتكشف قراءة البيانات السابقة للجماعة، عن الطابع الإصلاحى المحافظ والمتدرج في أدبيات الإخوان وخطابهم، أي أن بيانات الجماعة أثناء الثورة هي امتداد طبيعي لمنهج الجماعة وخطابها، مما يعني أن الجماعة لم تدرك أو تفهم معنى الثورة واستحقاقاتها، رغم أنها شاركت في صنع أحداثها والدفاع عنها، خاصة فيما عرف بموقعة الجمل، وكالعادة روج الخطاب الإعلامى لذلك وأنتج مضامين تدعم هذا التوجه الإصلاحى المتدرج، والذي قصد به ليس فقط مخاطبة المعتصمين في التحرير من شباب وقوى سياسية، ولكن مخاطبة النظام والمؤسسة العسكرية والخارج أيضًا، وتحديدًا الولايات المتحدة والتي جاء موقفها متذبذبًا بعض الشيء في بداية الثورة، بسبب ما تردد عن صداقة الرئيس المخلوع مع الكثير من مراكز القوى في الولايات المتحدة، خاصة اللوبي اليهودي الذي كان يرى في مبارك صمام أمان لإسرائيل. (يسري العزباوي، موقف الإخوان المسلمين والقوى المحجوبة

عن الشرعية، في ثورة ٢٥ يناير: قراءة أولية ورؤية مستقبلية، تحرير، عمرو هاشم ربيع، القاهرة، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام ، مارس (٢٠١١).

في هذا السياق يلاحظ أن خطاب الإخوان من خلال بيانات الجماعة لم يتناول الموقف الأمريكي أو الأوروبي أو الإسرائيلي من الثورة المصرية، كما تحدث في عبارات عامة وفضفاضة عن ملامح النظام السياسي والاجتماعي الذي تنشده الجماعة كبديل عن نظام مبارك، فالإشارة إلى سعي الإخوان لدولة مدنية ديمقراطية ذات مرجعية إسلامية الأمة فيها هي مصدر السلطات هو أمر يستحق كثير من التوضيح، فما هو مضمون تلك المرجعية وحدودها، وما هي ضمانات عدم التعارض بين تلك المرجعية ورغبة أغلبية الشعب.

وثمة تحول مهم في خطاب الإخوان يتعلق بدخولهم في حوار مع نائب الرئيس السابق عمر سليمان في ٥ فبراير، فأغلب القوى المحجوبة عن الشرعية وائتلافات الشباب رفضت الدخول في حوار إلا بعد تحقيق مطالب الثورة وفي مقدمتها رحيل مبارك، وكانت الجماعة قد دعت للحوار أكثر من مرة قبل مشاركتها في جلسة حوار ٥ فبراير إلا أنها وضعت شروطًا عديدة ذات طابع عام ويصعب تحديدها أو قياسها من قبيل: أن يكون الحوار جادًا منتجًا مخلصًا، وأن يكون متكافئًا بهدف تحقيق التوافق حول كيفية الخروج من الأزمة التي أوصلنا إليها النظام، وأن تشارك فيه كل القوى الوطنية، وأعتقد أن هذه الشروط العامة تعكس منهج الجماعة وخطابها العام الذي لا يفضل اتخاذ مواقف واضحة أو حدية في أوقات الأزمات، وإنما يفضل اتخاذ مواقف وسطية ذات طابع رمادي كسبًا للوقت من جهة، وحتى يمكن تأويلها وتوظيفها بحسب المصلحة من جهة ثانية، ولاشك أن تحول موقف الجماعة ومشاركتها في الحوار يوضح ما أقصده، فرغم كل الاشتراطات العامة والغامضة إذا بالجماعة تعلن مشاركتها، وتدعي في بيان صادر في ٥ فبراير -ربما قبل الاشتراك في جلسة الحوار- «فقد قررنا الدخول في جولة حوار، نتعرف فيها على جديدة المسؤولين إزاء

مطالب الشعب، ومدى استعدادهم للاستجابة لها، وهذا ما يتسق مع مبدئنا في الحوار الجاد المخلص البناء». وأكد بيان الجماعة حرصها على التمسك بتحقيق مطالب الشعب.

وبغض النظر عن المبررات أو التأويلات التي قدمها الخطاب الإعلامي للجماعة فلاشك أن مشاركة الجماعة في الحوار أكسبتها ولأول مرة منذ ثورة يوليو اعترافاً رسمياً معلناً بالوجود السياسي، ومنحتها من دون شك نوعاً من الشرعية، لكن أي نوع من الشرعية التي يمكن لنظام ينهار أن يمنحها لأكبر جماعة سياسية منظمة في بلد تخوض غمار ثورة؟ يبدو أن هذا السؤال كان مثار بحث ومناقشة داخل صفوف الجماعة، كما كانت مشاركة الجماعة في الحوار سبباً في إحراج شباب الإخوان المعتصمين في الميدان، لذلك أصدرت الجماعة بياناً بعد انتهاء جلسة حوار ٥ فبراير أكدت فيه على أنها دخلت الحوار لمصلحة الثورة والشعب والوطن، وأنه تم الاتفاق على عدد من المطالب منها الحفاظ على سلامة المتظاهرين وتشكيل لجنة للتعديلات الدستورية وملاحقة المفسدين وتحرير الإعلام، وأشار البيان إلى وجود خلاف في الرأي حول بقية مطالب الشعب التي نتمسك بها، وتعهد بيان الجماعة باستمرار التظاهر السلمي المليوني، وفي اليوم التالي أصدرت الجماعة بياناً جديداً أعلنت فيه رفضها للبيان الرسمي بشأن نقاط توافق عليها أطراف الحوار مع عمر سليمان، وقالت: «إن البيان الذي أصدره النظام لم يتوافق عليه ولم نوقع عليه، وأن معظم المشاركين في هذا الحوار كان سقف مطالبهم هو سقف لمطالب الشعبية العادلة، ولكن -للأسف- لم يتضمنها البيان الرسمي»، وشدد بيان الجماعة على أن هذه الثورة الشعبية أسقطت النظام ومن ثم لا بد أن يرحل، ويتمثل ذلك في ضرورة تنحي رئيس الجمهورية وهو المطلب الأول والأكبر الذي تنادي به الجماهير. (ويكيبيديا الإخوان بيان صادر في ٧ فبراير ٢٠١١).

هكذا رفع خطاب الجماعة، وبالتالي خطابها الإعلامي، من سقف مطالبه، وتبرأ من تهمة شق الصف أو التقرب من النظام عندما قبل بالدخول في حوار مع نائب الرئيس،

وأصدرت الجماعة ثلاثة بيانات في ٨ فبراير، ٩ فبراير، و ١١ فبراير، أكدت فيها استمرار الثورة وأن الإخوان جزء من الشعب المصري، وأن الثورة هي ملك لكل المصريين فهي ليست ثورة فصيل معين، كما نفت في بيان ٩ فبراير ادعاءات البعض أن الجماعة تسعى لقيام دولة دينية كالتي في إيران، «ونحن ابتداءً كررنا كثيرًا أننا لا نتطلع إلى السلطة ولا نريد الرئاسة ولا المناصب ولا نسعى لكسب الأغلبية في البرلمان ولكننا نتطلع إلى الإصلاح الشامل». (ويكيبيديا الإخوان، بيان صادر في ٩ فبراير ٢٠١١).

ومع الإعلان عن تخلي مبارك احتفى خطاب الإخوان الإعلامي بهذا الانجاز، كما أشاد بكفاح الشعب المصري وبدور الإخوان وتضحياتهم في ظل حكم مبارك، وطالب بتحقيق مطالب الشعب والتي لا تخرج عن المطالب العشرة التي كانت الجماعة قد أعلنت عنها في ١٩ يناير وقبل ثورة ٢٥ يناير، مع إضافة مطلب تطهير مباحث أمن الدولة وإصلاح وزارة الداخلية والتحقيق مع المسؤولين عن قتل المتظاهرين والانفلات الأمني وعمليات التخريب، وأشاد خطاب الجماعة بحل مجلسي الشعب والشورى المزورين، كما رحب بتشكيل لجنة تعديل الدستور من شخصيات تحظى بالتقدير والاحترام، وثنى الوعود والعهود التي قطعها المجلس الأعلى للقوات المسلحة على نفسه بنقل السلطة إلى المدنيين نقلًا سلميًّا وسريعًا حتى يتفرغوا لمهامهم العظيمة في حماية الوطن والشعب، وذلك بإجراء استفتاء على التعديلات التي تنتهي إليها اللجنة السابق ذكرها في غضون شهر، لكن خطاب الإخوان طالب بإلغاء حالة الطوارئ قبل إجراء الاستفتاء والإفراج عن المعتقلين وكل المسجونين سياسيًا. ( بيان ١٦ فبراير، ويكيبيديا الإخوان).

والثابت أن الخطاب الإعلامي للإخوان ظل محافظًا على وحدة الجماعة الوطنية ومشددًا بطريقة لافتة إلى أن الإخوان جزء من الشعب المصري، وكأنه ينفي عن نفسه تهم سابقة كان نظام مبارك يوجهها للجماعة بأنهم يعملون ضد الشعب، ولم يرفع شباب الإخوان شعارات أو رموز ذات علاقة بفكر الجماعة أو هويتها وإنما التزموا بالشعارات

والمطالب العامة للثورة. لكن مع رحيل مبارك وبداية التفكير في المستقبل وشكل الدولة والمجتمع وطبيعة النظام الاقتصادي والاجتماعي بدأ التمايز والانقسام بين رفاق الثورة، والمفارقة أن بداية الانقسام كانت في جمعة النصر في ١٨ فبراير، حيث لم يرق الأداء السياسي للإخوان إلى مستوى خطبة الشيخ يوسف القرضاوي -القاها في ميدان التحرير- الجامع والمعتبر عن الجماعة الوطنية المصرية بعنصريها المسلم والمسيحي، والمدرک لطبيعة مطالب الأمة المصرية في هذا التوقيت، وقد تقزم أداء الإخوان في مشهد منع وائل غنيم، وهو أحد الفاعلين الرئيسيين في ثورة الشباب، من اعتلاء منصة جمعة النصر، وبدا ذلك مؤشراً دالاً على السلوك السياسي الإقصائي للإخوان، وقد قدم أقطاب الإخوان تفسيرين متناقضين للواقعة يثبتانها ولا ينفيانها، فقال د. عصام العريان «لقناة الحياة» إن الواقعة غير صحيحة البتة، والوكالة المسئولة عن إذاعتها، وهي (الفرنسية) لا تتمتع بالمصداقية، (قناة الحياة، ٢٠-٢-٢٠١١). أما د. محمد البلتاجي الذي كان مسئولاً عن منصة جمعة النصر فأكد المعلومة في برنامج «مانشيت»، لكنه نفى مسئوليته عنها، وقال إن أحد ليساريين هو المسئول عن عدم تمكين وائل غنيم من الصعود إلى منصة جمعة النصر وليس هو!! (قناة أون تي في، ٢٤-٢-٢٠١١).

واستمراراً في هذا الخط التصاعدي المنفرد للإخوان بعيداً عن قوى الثورة المصرية جاءت جمعة التشديد على المطالب في ٢٥/٢/٢٠١١ لتشير إلى غياب نسبي للإخوان عن ميدان التحرير كان بمثابة رسالة مزدوجة: تقول للقوى السياسية نحن من نعطي التظاهرات وزنها الطاعي، وتقول للنظام: نحن من نستحق منك التركيز على مطالبنا، ولا يمكن عزل هذا الأداء عن إقدام الجماعة على صوغ تفاهات خاصة مع اللواء عمر سليمان بمعزل عن باقي القوى الوطنية في مراحل ما قبل تنحي مبارك، وتنصلهم من التحالف مع محمد البرادعي الرئيس السابق للوكالة الدولية للطاقة الذرية وصاحب المطالب السبعة للتغيير، وقد صيغت التفاهات في نقاط عدة منها: تعهد الجماعة بتقليص مشاركة أنصارها في الثورة بالتدريج، شرط عدم حدوث هجوم جديد على المتظاهرين، وهو ما وعدت المؤسسة الرسمية بعدم تكراره، ولم تشمل الصفقة تقنين عمل الجماعة بل شملت السماح لبعض

أعضائها بإنشاء حزب سياسي (أمني الطويل، الإخوان المسلمون والثورة المصرية.. أي مستقبل، المركز العربي للأبحاث والدراسات، قطر الدوحة، ٢٠١١، وجريدة الشروق، ٧ فبراير ٢٠١١).

وبشكل عام فإن الخطاب الإعلامي للإخوان احتفى بالمجلس العسكري وثنى دور الجيش في حماية الثورة، وقد ساعد ذلك على التقارب بين الطرفين والذي تجسد في اختيار صبحي صالح النائب السابق عن الإخوان بمجلس الشعب في لجنة تعديل الدستور والتي ترأسها المستشار طارق البشري والذي يعتبر من المعتاطفين مع الإخوان المسلمين، وفي ضوء هذا التقارب غير المعلن خاض خطاب الجماعة الإعلامي معركة الموافقة على تعديلات الدستور وروج لفكرة أن التصويت بنعم يعني الاستقرار، كما وظف المنتمون للإخوان والجماعات السلفية المساجد بل والإسلام للربط بين التصويت بلا ومخالفة تعاليم الإسلام، وفي بعض الروايات ربطوا بين التصويت بنعم ودخول الجنة، وارتبطت عمليات الحشد والشحن بطائفية بغیضة روج لها بعض المتشددین من المسلمين والأقباط، لكن ربما كانت الدلالة الأهم أن جماعة الإخوان والجماعات السلفية اعتبرت الاستفتاء مناسبة لاستعراض القوة وامقدرة على تحريك الشارع وحشد الأنصار والمؤيدين.

وفي سياق الجدل والنقاش حول تعديل الدستور أم وضع دستور جديد أثرت قضية الدستور أم الانتخابات أولاً وطبيعة الدولة هل هي مدنية أم مدنية بهرجعية إسلامية، الأمر الذي أسفر عن انقسام واستقطاب ثقافي، وهذا الانقسام ليس جديداً في تاريخ مصر والدول العربية، فقد ظهرت بوادره في مصر مع نهضة محمد على في مطلع القرن التاسع عشر، بين أنصار التراث والتجديد، واتخذ تجليات مختلفة وتسميات متعددة مثل القديم والحديث، والأصالة والمعاصرة، والوفاد والموروث، والأصالة والتغريب، والإسلام والحداثة، وتحت كل هذه العناوين وغيرها دار جدال ونقاش موسعان طالا الفكر والثقافة والسياسة والتعليم، واتسما بالاستقطاب الشديد بين فريقين يسعى كل منهما لنفي أو استبعاد الآخر، بينما تعثرت لأسباب أيديولوجية وسياسية محاولات ظهور تيار وسطي

يطرح حلولاً للتعايش والتفاعل المثمر بين الفكر الغربي لمعاصر، والتراث الإسلامي وفق مستجدات العصر وتحدياته.

ما يهمني هنا أن الخطاب الإعلامي للإخوان خاض معارك الانقسام والاستقطاب على عدة مستويات، وباستخدام كافة تقنيات وأساليب تشويه الخصم، وقد مارست كثير من القوى المدنية السلوك نفسه فأنتجت خطاباً استعدائياً متعالياً، ومارست أساليب التشويه المتعمد وإغفال الحقائق، ما يعني أننا لم نشهد حواراً حقيقياً بين خطابات مختلفة أو متنافسة، بل حوارات يسعى كل خطاب منها لنفي الآخر، ويتجاهل كل منهما إمكانية العثور على نقاط اتفاق أو مساحة للعمل المشترك، من جانب آخر فإن حالة الانقسام والاستقطاب بين قوى جماعة الإخوان والجماعات السلفية من جهة، والقوى المدنية أدت إلى نهاية وحدة معسكر الثورة، وإلى اختلاف في المواقف من إجراءات المرحلة الانتقالية والمدة الزمنية الذي يجب أن تستغرقه، ومدى الحاجة إلى مبادئ فوق دستورية أو مبادئ حاكمة أو حتى استرشادية لكتابة الدستور الجديد، فضلاً عن تعثر محاولة حزب الحرية والعدالة -حزب الإخوان- تشكيل وقيادة تحالف واسع من الأحزاب والقوى السياسية لخوض الانتخابات ضمن قوائم موحدة، حيث انسحب الوفد وكثير من القوى والأحزاب الجديدة من التحالف، لكن محاولة الإخوان استمرت وأسفرت عن قوائم موحدة أغلب مرشحيها من المنتمين للجماعة، مع وضع عدد محدود من الأقباط وممثلين عن أحزاب صغيرة ضمن قوائم التحالف الديمقراطي، وذلك كمحاولة لتحسين الصورة والظهور بمظهر أن الإخوان يخوضون الانتخابات مع قوى أخرى مختلفة عنهم فكرياً وسياسياً، ما يعني للداخل والخارج أن الجماعة منفتحة وقادرة على التوافق والعمل المشترك مع المختلفين عنها، ولعل عملية تحسين الصورة هنا تفسر عدم حماس الجماعة للدخول في تحالف انتخابي مع الأحزاب والجماعات السلفية.

ولا يتسع المجال للوقوف على خطاب جماعة الإخوان المسلمين من هذ التطور، لكن تكفي الإشارة إلى أن الجماعة تغيبت عن كثير من المظاهرات المليونية -سلاح الثورة



الشهير - أو شاركت جزئياً وبشروط منها الانسحاب من ميدان التحرير عند غروب الشمس، وقد فسر موقف الجماعة بمحاولتها التقرب من المجلس العسكري والظهور أمامه وأمام القوى الخارجية بأنهم الطرف المعتدل في مواقفه والأكثر تنظيماً وعدداً وبالتالي الأجدر بحكم البلاد. في هذا السياق رفض خطاب الإخوان تمديد المرحلة الانتقالية والتقى موقفهم مع المجلس العسكري في ضرورة الانتهاء من المرحلة الانتقالية في ستة أشهر مع تسليم الحكم لسلطة مدنية منتخبة، بينما كانت أغلبية الأحزاب والقوى المدنية وائتلافات الثورة تطالب بإطالة المرحلة الانتقالية حتى تتمكن قوى الثورة من تشكيل أحزاب جديدة قادرة على المنافسة في الانتخابات البرلمانية، كذلك رفض خطاب الإخوان فكرة التوافق على مبادئ فوق دستورية أو حتى مبادئ إرشادية للقوى التي ستفوز في الانتخابات وتتولى كتابة الدستور الجديد، وهي فكرة كانت محل توافق بين الأحزاب والقوى المدنية والأقباط.

ونجح الخطاب الإعلامي للإخوان في الدفاع عن مواقف الجماعة إزاء القضايا السابقة، وتجميل التصريحات المنفلتة والعفوية التي كانت تخرج من بعض قياداتها البارزة مثل صبحي صالح وعصام العريان وأحمد أبو بركة، وكانت دائماً توضح أنها تصريحات لا تعبر عن الموقف الرسمي للجماعة، فيما كان يراه آخرون الموقف الحقيقي الذي يخرج في ثورة الانفعال، ورغم كل محاولات التجميل إلا أنه يمكن رصد تحولاً بالغ الأهمية والوضوح في خطاب الإخوان يتعلق باختفاء قيم ومضامين الاستضعاف والمطاردة، لتحل مكانها ثقة أعلى بالنفس وبالقدرة على المنافسة، والاستعداد لحكم مصر، وفي هذا السياق ظهرت تصريحات إعلامية لبعض القياديين في الجماعة تهون وتستخف بكثير من الأحزاب والقوى المدنية. (صبحي صالح، البديل الإلكتروني، في ١-٦-٢٠١١).

وفي كل هذه الممارسات الخطابية تمسك الإخوان بالتزاماتهم الخاصة بعدم المنافسة على منصب رئيس الجمهورية، حتى أن الجماعة قررت فصل د. عبد المنعم أبو الفتوح

القيادي في الجماعة لإصراره على ترشيح نفسه في الانتخابات الرئاسية، مما أحدث انشقاقات غير مؤثرة على بنية الجماعة، رغم أن موقف أبو الفتوح لاقى ترحيبًا بين صفوف قطاعات من شباب الإخوان، وبدأ بعضهم يتحرك في اتجاه تأسيس حزبين جديدين، واعتقد أن التزام الإخوان بعدم طرح مرشح باسمهم في الانتخابات يرسل رسائل تطمين للمؤسسة العسكرية ولل قوى الخارجية بأنهم لا يسعون إلى حكم البلاد، لكن هذه التطمينات تتعارض مع تعهدهم السابق بالسعي إلى ٣٠٪ من مقاعد البرلمان، ارتفعت بعد ذلك في كثير من تصريحات قادة الجماعة إلى ٤٠ ٪، وتكرر الحديث وبثقة عن استعدادهم لحكم مصر (محمد البلتاجي، حوار في إخوان أون لاين، ٢٤-١١-٢٠١١).

لكن التحول الأخير والمهم في خطاب الإخوان ومجمل ممارساتهم الإعلامية هو التباعد عن المجلس العسكري وتوجيه انتقادات واضحة لبعض مواقفه، ومطالبته بجدول زمني واضح لتسليم السلطة إلى حكومة مدنية منتخبة، علاوة على رفض وثيقة المبادئ الدستورية التي طرحها د. علي السلمي نائب رئيس الوزراء قبل أسابيع قليلة من الانتخابات، على أساس أن ما تضمنته الوثيقة المقترحة من مواد يتعارض مع نتائج الاستفتاء التي تنص على حق المجلس المنتخب بغرفتيه في اختيار مائة شخصية تضع الدستور، وبحسب الخطاب الإعلامي للإخوان فإن منح الجيش صلاحيات التدخل لحماية الدستور والدولة المدنية في المستقبل، والاستقلال بوضع ميزانيته من غير مناقشة البرلمان، هي أمور تتعارض والممارسة الديمقراطية السليمة، والمفارقة أن القوى المدنية توافق على الوثيقة لأنها تؤكد الطابع المدني للدولة وتلزم أي طرف يفوز في الانتخابات، رغم تعارضها مع نتائج الاستفتاء الشعبي.

## الخاتمة:

يعكس ويروج الخطاب الإعلامي للإخوان ما استقر عليه موقف مكتب الإرشاد أو بيانات وتصريحات المرشد، واتفق على إذاعته للرأي العام والقوى السياسية في الداخل والخارج، ما يعني أن الخطاب الإعلامي بكل ممارساته لا يعكس مجمل مواقف جماعة الإخوان أوحثى خطابها العام، ويمكن فهم ذلك في إطار تقاليد العمل السري الذي قامت عليه الجماعة منذ حلها عام ١٩٥٤، والخوف التاريخي من الدخول في صدام مع النظام السياسي يذكرها بمحنة المواجهة العنيفة مع النظام الناصري.

واعتمد الخطاب الإعلامي على وسائل تقليدية كالبيانات والمؤتمرات الصحفية جنبًا إلى جنب مع وسائل الإعلام الجديد التي تفوقت جماعة الإخوان على كل القوى السياسية في استخدامها لنشر أفكارها والدفاع عن مواقفها، خاصة بين جيل الشباب الأكثر استخدامًا لوسائل الإعلام الجديد.

ومع الثورة اجتهد الخطاب الإعلامي للإخوان في متابعة أحداث الثورة والترويج لموقف الجماعة ورؤيتها الإصلاحية المتدرجة، والحقيقة أن هذه الرؤية لم يطرأ عليها تغيير كبير بعد الثورة، ولم تتغير مطالب خطاب الإخوان ربما باستثناء المطالبة برحيل مبارك ومحاكمته، ونقد أمن الدولة والمطالبة بإصلاح الداخلية، فيما عدا ذلك ظل خطاب الإخوان أمينًا لرؤيته ومواقفه الإصلاحية، وأكد أجزم بأن خطاب الإخوان ومن ثم خطابهم الإعلامي كان أكثر تماسكًا من كثير من الخطابات التي طرحتها القوى والأحزاب الليبرالية أو الاشتراكية أو القومية، فخطاب الإخوان رغم كثرة حديثه عن الثورة وعظمة الشعب المصري لم يكن ثوريًا، فلم يطرح اتخاذ إجراءات راديكالية، بل ظل إصلاحيًا محافظًا، خاصة فيما يتعلق بالنظامين الاقتصادي والاجتماعي لمصر بعد الثورة، بل أنه لم يشير بجمهورية أو حكم إسلامي وإنما طرح ما يمكن وصفه بإصلاحات للنظام الاقتصادي والاجتماعي الذي كان سائدًا في عصر مبارك، الأمر الذي أطلق تيار من السخط بين

شباب الجماعة وفجر عددًا من الانقسامات - ما تزال محدودة التأثير - عن الجماعة، كما أضر بالحضور السياسي والاجتماعي للجماعة في الشارع، لاسيما وأن هناك أكثر من حزب وجماعة - أبرزها الأحزاب السلفية - تدعي تمثيل الإسلام السياسي، أي أن احتكار الإخوان لوحداية التمثيل السياسي للإسلام قد انتهت، عكس ما كان يحدث في انتخابات سابقة.

واجتهد خطاب الإخوان الإعلامي في التقرب من المجلس العسكري والإشادة بدور الجيش، لكن الخطاب كان شديد الوضوح في المطالبة بسرعة انتقال السلطة إلى حكومة مدنية وعودة الجيش إلى الثكنات، وهو أمر لم تلتفت إليه بعض القوى المدنية التي ناشدت المجلس العسكري الاستمرار لفترة انتقالية تمتد إلى سنة ونصف لتهيئة المناخ السياسي لانتخابات متوازنة.

الخلاصة أن خطاب الإخوان كان أكثر تحديدًا وصراحة في مواقفه من خطابات سياسية عديدة لقوى مدنية، ربما لأنه أكثر استعدادًا لخوض انتخابات برلمانية قد يفوز بها، إضافة لحرصه على عدم استفزاز القوى الغربية خاصة الولايات المتحدة، وربما لمخاوف الإخوان الموروثة من الجيش منذ الصدام مع عبد الناصر؛ لذلك اقترب الإخوان بحذر من المجلس العسكري، والتفت مواقفهما في كثير من الأحداث، وعندما حدثت اختلافات وتباعد، حرص الإخوان على تقديم انتقادات هادئة وبلغة أقرب للنصح والإرشاد؛ تجنبًا لأي صدام صاخب وعنيف مع الجيش، ومثل هذه الممارسة الخطائية قد تسمح بعقد تفاهات أو صفقات بين المجلس العسكري والإخوان، فخطاب الإخوان الإصلاحية المتدرج يتجنب الصدام دائمًا، ويعلن عن مواقفه بلغة وتركيبات لغوية غامضة ومراوغة، ما يسمح له بتعديل مواقفه أو تغييرها بحسب المصلحة المتغيرة والأحداث السياسية السريعة التي تمر بها مصر والمنطقة العربية.

\*\*\*



## ثانياً: الإعلام في ظل حكم محمد مرسي

### المقدمة:

تسجل تقارير منظمات حقوقية مصرية وعربية ودولية، الكثير من الانتهاكات لحرية الرأي والتعبير، ولحرية الإعلام والإعلاميين، أثناء حكم الرئيس محمد مرسي وجماعة الإخوان المسلمين في مصر (من ٣٠ يونيو ٢٠١٢ - إلى ٣ يوليو ٢٠١٣)، مما أثر بالسلب على نوعية التغطية الإعلامية وموضوعيتها، ومدى التزامها بالمعايير المهنية، وموثيق الشرف الإعلامي<sup>١</sup>، وبالتالي إخلالها بحق الجمهور في الحصول على المعلومات والآراء بدقة وتوازن، ويمكن القول بفشل الإعلام المعارض أو المؤيد لمرسي وجماعة الإخوان في تشكيل بيئة سليمة لتشكيل الرأي العام، تتسم بالشفافية والتوازن، وتخلو من التحيزات السياسية والأيدولوجية.

حيث انتقل الصراع والاستقطاب الثقافي والسياسي في المجتمع، إلى وسائل الإعلام العامة والخاصة، والتي تحولت إلى أداة لممارسة الصراع السياسي، وفشل أغلب الإعلاميين في الحفاظ على مساحة واضحة من الاستقلال المهني والسياسي أثناء قيامهم بأعمالهم. والفرضية التي أطرحها هنا أن زيادة الانتهاكات لحرية الإعلام والإعلاميين خلال حكم مرسي، دفعت المزيد من الإعلاميين، ليس فقط لمعارضة تلك الانتهاكات التي يتعرضون بها، وإنما لمعارضة حكم الرئيس مرسي وجماعة الإخوان، وهكذا تولدت آلية ثأرية، إذا جاز القول، بين الطرفين، فكلما وقعت أخطاء أو تجاوزات في التغطية الإعلامية ضد مؤسسة الرئاسة والجماعة، توسع الرئيس وقيادات الجماعة في ملاحقة الإعلاميين قضائياً وإدارياً، ما يدفع مزيداً من الإعلاميين للتضامن مع زملائهم أولاً، وللدفاع عن حرية الإعلام ثانياً، علاوة على استمرار معارضة الإعلاميين المعارضين للرئيس وجماعة

---

١- انظر على سبيل المثال :

- مفوضية الأمم المتحدة لحقوق الإنسان ، مايو ٢٠١٣

- العربية نت، معهد العربية للدراسات، ١٢ / ٨ / ٢٠١٣

الإخوان وتشددتها، خاصة وأن هذه المعارضة كانت تزيد من شعبية العديد من الإعلاميين المعارضين للرئيس وجماعته، بالنظر إلى وجود قاعدة اجتماعية وسياسية معارضة لحكم الرئيس مرسي، واتسعت هذه القاعدة نتيجة استمرار أخطاء الرئيس في إدارة الدولة.

ويمكن القول إن هذه القاعدة الاجتماعية شكلت حاضنة داعمة للإعلاميين المعارضين وخلقت طلباً متزايداً وقويّاً على التغطيات الإعلامية التي تنتقد سياسات الرئيس وجماعته، والتي جاءت أغلبها من القنوات الخاصة، بينما قاطعت هذه القاعدة الاجتماعية، تقريباً كل وسائل الإعلام الموالية للرئيس مرسي وجماعته، والتي جاءت أغلبها من الصحف والقنوات الحكومية والقنوات الإسلامية، بالإضافة لصحيفة وقناة الإخوان، وأنا هنا أطرح هذه الفرضية، في ضوء عدم وجود إحصاءات أو مسح علمية حول معدلات وأنماط المشاهدة أو قراءة الصحف، لكنني أعتمد في ذلك على العديد من المشاهدات، فضلاً عن ظاهرة أن حكم الإخوان أدى إلى تعميق الانقسام والاستقطاب في المجتمع ووسائل الإعلام، والصدام مع الإعلام، وبدرجة أقل القضاء والشرطة.

ويمكن القول إن القاعدة الاجتماعية المؤيدة للرئيس مرسي وسياساته كانت تخلق طلباً معاكساً على الإعلام الموالي، والذي كان في مجمله أقل انتشاراً وتأثيراً، نظراً لضعف إمكانياته المادية والفنية، علاوة على خضوعه لقواعد العمل البيروقراطي وارتباطه الذليل بالسياسة الرسمية لمؤسسة الرئاسة ومكتب الإرشاد. هكذا وقع الجمهور سواء المؤيد لمرسي أو المعارض لحكم الإخوان، ضحيةً للانقسام والاستقطاب في المجتمع والسياسة والإعلام، ومن ثم مارس، من دون وعي، أنواعاً من التلقي الانتقائي والتمييز والمنقسم، بمعنى أن أغلبية المعارضين لمرسي فضلت التعرض لوسائل إعلام معارضة، وربما كانت أكثر تصديقاً وتأثيراً لما تقدمه من مضامين، بينما حدث العكس بالنسبة للقاعدة الاجتماعية المؤيدة للرئيس مرسي وجماعة الإخوان، وفي الحالتين كان الجمهور المعارض أو المؤيد يعيد إنتاج قناعاته ومواقفه المسبقة تجاه قضايا السياسة والحكم وعلاقة الدين بالدولة.

لكن هذا الاستقطاب بين المصريين في المواقف السياسية وفي استخدام وسائل الإعلام، والتي عكست انقسام المجتمع والسياسة وعمقت منه، لا يتعارض مع مُسَلِّمة انتهت إليها أغلبية دراسات التأثير الإعلامي، وهي محدودية تأثير الإعلام، لأنه يخضع للعديد من المتغيرات الوسيطة، فوسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة لا تخلق الأحداث ولا تشكل أفكار ومواقف الجمهور أو اتجاهاته، بل يشاركها في ذلك التنشئة والديانة والتعليم والمعارف والخبرات السابقة والأفكار والمواقف الأيديولوجية والبيئة المحيطة والمستوى الاقتصادي، وبالتالي يظل الإعلام ناقلاً للأخبار والآراء والصور والرموز، ولا يمكنه خلق الحقائق أو تغيير المواقف السياسية والاتجاهات، إن لم يتعزز ذلك بأحداث ومتغيرات في أرض الواقع<sup>٢</sup>. والمفارقة أن الإخوان ومعارضيه كانوا يؤمنون بعكس هذه المسلمة، فركزوا على استخدام وتوظيف الإعلام في صراعهم السياسي، وتجنيد الإعلاميين.

في هذا السياق تسعى هذه الدراسة لتحليل طبيعة التحولات التي طرأت على الإعلام المصري خلال حكم الرئيس مرسي وجماعة الإخوان، وهو ما يتطلب التعرف على:-

أولاً: رؤية الإخوان لحرية الصحافة والإعلام.

ثانياً: الإعلام في البرنامج السياسي للإخوان وبرنامج مرسي الانتخابي.

ثالثاً: التشريعات والقوانين التي نظمت العمل الإعلامي خلال حكم الإخوان.

رابعاً: حرية الإعلام في دستور ٢٠١٢.

خامساً: أسباب صدام الإعلاميين مع حكم الإخوان.

تركز الدراسة على رؤية الإخوان للإعلام كما وردت في أدبيات الجماعة وفي كتابات حسن البنا، وما صدر من وثائق عن الإخوان منذ تأسيسهم الثاني على يد عمر التلمساني

---

٢. انظر: - محمد شومان ، دور الإعلام في تكوين الرأي العام (حرب الخليج نموذجاً)، القاهرة: المنتدى العربي للدراسات والنشر، ط ١ ، ١٩٨٨، ص ١٠٢-١٠٤.

- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٧، ص ٢٢٦



في سبعينيات القرن الماضي، وتتناول الدراسة بالتحليل المواد الخاصة بحرية الرأي والتعبير والإعلام كما وردت في دستور ٢٠١٢، والذي هيمن الإخوان على كتابته، واعتبروه الوثيقة الأساسية لاستمرار حكمهم وإكسابه المشروعية السياسية والاجتماعية، كما اعتبروا مواد حرية الرأي والإعلام أساس لتنقية قوانين الحريات بما فيها الرأي والتعبير والإعلام، وإصدار قوانين جديدة من خلال مجلس الشورى الذي كانت لهم فيه أغلبية مطلقة.

كما تحاول الدراسة تفسير أسباب الانتهاكات المتزايدة، سواء من مؤسسة الرئاسة أو الحكومة لحرية الإعلام، والتضييق على الإعلاميين خلال السنة التي حكم فيها الإخوان، ما يعني أن الدراسة لن تهتم بالرصد أو الوصف الكمي لمظاهر هذه الانتهاكات وسياقها -وهو ما وثقته بدقة عديد من المنظمات الحقوقية المصرية والعربية- وإنما ستشير إلى أهم مظاهر وتحولات الموقف الإخواني المعادي لحرية الإعلام، وستجتهد في تفسير أسباب الصدام وربما العداء المتبادل بين جماعة الإخوان والإعلام المعارض لحكم الرئيس محمد مرسي من جهة، وجماعة الإعلاميين والإخوان من جهة ثانية.

#### أولاً: رؤية الإخوان لحرية الصحافة والإعلام:

اهتمت جماعة الإخوان منذ تأسيسها الأول عام ١٩٢٨ بالاتصال الشخصي والجمعي والصحافة في نشر دعوتها، ومع ذلك تعثرت الجماعة في إصدار صحف ومجلات منتظمة سواء قبل ثورة يوليو ١٩٥٢<sup>٣</sup>، أو بعدها، وحتى ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١؛ لأسباب كثيرة أهمها المنع والمصادرة، وضعف الإمكانيات المالية، والطابع الأيديولوجي الضيق لصحافة الإخوان، والتي غلب عليها الطابع الدعوي الإصلاحية، والابتعاد عن تقديم تغطية صحفية متنوعة تشبع حاجات الجمهور من غير أعضاء الإخوان والمتعاطفين معهم<sup>٤</sup>. ولم تتمكن الجماعة من البث الإذاعي والتلفزيوني، كما لم تسع بجدية لإطلاق قنوات فضائية، ربما خوفاً من

---

٣- محمد منصور محمود هيبه، الصحافة الإسلامية في مصر بين عبد الباصر والسادات، ١٩٥٢-١٩٨٠، القاهرة، دار الوفاء، ١٩٩٠.

٤- محمد شومان، تطور فكرة القومية العربية في الصحافة المصرية ١٩٢٤-١٩٥٢، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٠.

الصدام مع نظام مبارك، والتي كانت ترتبط معه بعلاقات صراع محدود وتعايش قلق، مع حرص مبالغ فيه أحياناً من الجماعة لعدم الاصطدام بالنظام. ومع ظهور الإمكانيات الاتصالية والإعلامية للإنترنت كانت الجماعة في طليعة الأحزاب والجماعات السياسية المحظورة التي أطلقت الكثير من المواقع والمدونات وصفحات التواصل الاجتماعي.

وبالرغم من كل الاهتمام بالاتصال والإعلام في أنشطة الجماعة، والتوسع المستمر في ممارسة أدوار إعلامية ودعائية لصالح الجماعة، خاصة في عصر مبارك، إلا أنه لا يوجد اهتمام موازٍ بالتنظير لدور الصحافة والإعلام في الدعوة وفي المجتمع، سواء قبل أو بعد التمكين، وخلت أدبيات الجماعة من تناول الموضوع أو طرح تصورات ورؤى فكرية وتنظيمية للمجال الإعلامي، وعلاقته بأنشطة الجماعة أو المجتمع الإسلامي، وجاءت أفكار وتصورات حسن البنا عن الصحافة في سياق مقالات أو افتتاحيات كتبها في صحف ومجلات الجماعة، وكثير من هذه الكتابات كانت ذات منحى احتفائي بإصدار مجلة أو صحيفة جديدة تنطق باسم الجماعة، كانت سرعان ما تغلق لأسباب رقابية أو مالية، وكانت تأملات حسن البنا تركز على أحوال وظروف تلك التجارب مع إبداء عدد من النصائح، وأعتقد أن تلك النصائح ظلت توجه أفكار وموقف الجماعة من العمل الصحفي خاصة، والإعلامي عامة، مع ملاحظة أن حسن البنا لم يتطرق إلى الإذاعة، كما لم يكن الإعلام وقتها يشغل الحيز الكبير الذي يشغله في مصر حالياً.

كتب حسن البنا في افتتاحية العدد الأول من جريدة "الإخوان المسلمون" عام ١٩٤٠: "... وجريدة الإخوان وإن كانت صحيفة إخوانية، فلن تكون خاصة بهم، أو وقفاً عليهم، بل ترجو أن تكون المنبر العام للهيئات الإسلامية، والجماعات الإصلاحية، على اختلاف ألوانها وبلدانها، وترحب بكل ما يقدم إليها مادام متفقاً مع خطتها ومنهجها"، وأضاف في موضع آخر من الافتتاحية: "سنحاول ما استطعنا ألا تكون جريدة الإخوان مقصورة على لون واحد من ألوان الغذاء الفكري والروحي، ما وجدنا إلى الاستيعاب سبيلاً، فسيكون فيها دنيا ودين، وعلم وفن، وأدب ورياضة، وقصص وفكاهة، والقلوب تمل كما

تمل الأبدان، فالتمسوا لها طرائف الحكمة، وستعترضنا عقبات واعتراضات، وليس المقيد بالرأي كامطلق من القيد، ويا ويح الشجي من الخلي، ولكننا مع هذا سنسدد ونقارب، فما كان خيراً نشرناه ولا نبالي، وما كان شراً كإعلانات الخمر وأندية الميسر، وحفلات الخلاعة والمجون، أهملناه ولا كرامة، وما اختلفت فيه الآثار والنتائج، تحريماً الفائدة في النشر أو الإهمال، ونبهنا على جانب الإصلاح، وحذرنا من عوامل السوء والفساد".

ونصح حسن البنا مجلة «الكشكول» قريبة الصلة من الجماعة بضرورة محاربة الحزبية بصورتها البغيضة التي ظهرت بها في مصر، ومحاربة الاستعمار، ومقاومة المبادئ الهدامة، وأضاف: "وتجنبوا الانحياز إلى جهة، فإنكم تحاربون مذاهب وآراء وأعمالاً على يد كائن من كان، ولا تكشفوا عما ستر الله من النقائص الشخصية، فإن الإذاعة على ذلك إثم من الآثام، ما لم يتعلق بذلك حق للمجتمع أو مصلحة تعود على الناس، والعفة عن الولوج في الأعراض من أدب الإسلام، ولا أجمل من التورع والاحتشام"<sup>٦</sup>.

وتعكس أفكار حسن البنا بعض الأفكار والطموحات عما ينبغي أن تلتزم به صحافة الإخوان، من حيث الالتزام بفهم الإخوان الشمولي للإسلام، ومحاولة إشراك غير الإخوان ومخاطبتهم، والحفاظ على تنوع المضامين والمعالجات الصحفية، مع الالتزام بالحلال والحرام، وآداب الإسلام وتعاليم دعوة الإخوان، "فصحيفة الإخوان المسلمون ترحب بكل ما يقدم إليها مادام متفقاً مع خطتها ومنهجها"، ولاشك أن بعض هذه الآداب منصوص عليها في كثير من موثيق الشرف الصحفي في الدول غير الإسلامية مثل تحري الدقة وعدم المساس بحرمة الحياة الخاصة ما لم يتعلق ذلك بحق المجتمع، ما يعني أن ما جاء في نوائح وتعليمات حسن البنا بشأن صحافة الإسلام ليس بجديد، باستثناء تحليل وتحريم نشر إعلانات الخمر والميسر، خاصة وأن موثيق الشرف الصحفي تتطرق لمعايير وأخلاقيات أكثر تحديداً وتفصيلاً مما تطرق إليه حسن البنا.

---

٦- حسن البنا، نحو بناء جديد، الكشكول الجديد، العدد ١٧، ١٢ يناير ١٩٤٨.

لا تقدم أفكار ونصائح حسن البناء رؤية لدور مستقل للصحافة في المجتمع كناقل للأخبار والآراء المتنوعة أو كرقيب، وإنما تدمج الصحافة في إطار الجهود الدعوية والدعائية للجماعة وتحولها إلى مجرد أداة من أدوات سعي الجماعة لنشر فهمها الضيق للإسلام، والتي تعتقد أنه فهم عقائدي شامل للحياة، دنيا ودولة، عقيدة وشريعة، عبادة ومعاملة، مصحف وسيف.. إلى آخر تلك المفاهيم والصيغات العامة والغامضة التي يتوسل بها خطاب الإخوان المسلمين، ولا يكشف عن أشياء محددة عندما يطالب بالتفاصيل، أو تتاح له فرصة الحكم، أو التطبيق العملي في أرض الواقع لكل أو بعض تلك المفاهيم الغامضة، في هذا الإطار تضيع خصوصية صحافة الإعلام ودورها المستقل والنقدي في حياة المجتمع والناس؛ لأن كل وظائف وأدوار الصحافة والإعلام، بما في ذلك أدوات الإعلام الجديد New Media، تختزل وتدمج في الجهود الدعوية لجماعة الإخوان.

وكان المرشد الثالث للإخوان المسلمين عمر التلمساني قد كتب في افتتاحية مجلة "الدعوة" في إصدارها الثاني عام ١٩٧٦: "تمضي الدعوة على الطريق تعبيراً عن الإسلام الشامل الكامل، رسالة للحياة، نظاماً كاملاً للبشر.. لسان الحق، يعبر عن دعاة الحق في كل أرض وزمان... الدعوة على الطريق تمضي ولا تحيد ولا تبدل، الله غايتنا، وقرآنه دستورنا، ونبيه إمامنا، والسبيل إليه هو السبيل، ولا سبيل غيره"<sup>٧</sup>، وكما يلاحظ أحد الباحثين فإن تصور التلمساني لدور الدعوة وأهدافها، لا يختلف عن تصور الإخوان لدورهم وأهدافهم، حيث تتطابق مقولة التلمساني مع الشعار الذي يرفعه الإخوان، ويظهر في مكاتبتهم ومراسلاتهم: "الله غايتنا، القرآن دستورنا، النبي إمامنا، والموت في سبيل الله أسمى أمانينا"<sup>٨</sup>.

هكذا أكد التلمساني على إدماج الصحافة -والإعلام أيضاً- ضمن أهداف الدعوة، ما يعني مباشرة على مستوى الخطاب المضمر، أن كل وظائف الصحافة والإعلام تخضع لمقتضيات الدعوة ومحاذيرها، وتتحول بالتالي الصحافة والإعلام والإعلاميين إلى مجرد

٧- عمر التلمساني، الدعوة على الطريق، العدد الأول، يوليو ١٩٧٦

٨- محمد منصور محمود هيبه، مرجع سابق، ص ١٥٠

أدوات لتنفيذ مراحل وسياسات الدعوة في عملهم وتغطيتهم الإعلامية، ومثل هذا الطابع الإدماجي للصحافة والإعلام في جهود الدعوة لجماعة الإخوان وتحقيق أهدافها، يقربها كثيراً من التوظيف السياسي والأيدولوجي للصحافة والإعلام في ظل النظم الشمولية ذات الأيدولوجيات المغلقة، مثل الاتحاد السوفيتي والحكم الفاشي في ألمانيا النازية، وهي أنظمة أثرت جزئياً، بحسب عديد من الباحثين، في أفكار الإخوان وحركة مصر الفتاة، مع مراعاة اختلاف السياق الثقافي ودرجات التطور، الاقتصادي والاجتماعي.<sup>٩</sup>

يمكن القول إن حسن البناء أسس لرؤية غائمة إدماجية للصحافة والإعلام في إطار أنشطة الدعوة، وربما يكون قد تأثر بالمنظور السوفيتي والنازي لدور الصحافة والإذاعة كوسائل دعائية؛ لتبرير الوصول إلى ما يظن أنه غاية نبيلة، وجاءت التجارب الصحفية في عصر حسن البناء في ضوء هذا الطابع الإدماجي، والذي تطور بعد ذلك كي يخضع أيضاً لمقتضيات ودواعي ومواجهات الجماعة ضد السلطة الحاكمة في مصر، سواء قبل ثورة يوليو أو بعدها، وحتى ثورة ٢٥ يناير، وقد تواكب مع ذلك محاولات بائسة للتنظير لهذا الطابع الإدماجي الأيدولوجي الشامل، من خلال كتابات وأحاديث متهافئة وضعيفة عن الصحافة الإسلامية والإعلام الإسلامي، لا تستند لأسس علمية في مجال دراسات الصحافة والإعلام، وجاءت هذه المحاولات في سياق موجة أو سع عن أسلمة العلوم ظهرت في الثمانينات من القرن الماضي، بمعنى مراجعة ما هو قائم من علوم في ضوء الشريعة الإسلامية، فظهر ما عرف بالاقتصاد الإسلامي، وعلم الاجتماع الإسلامي، وعلم السياسة الإسلامي، وعلم النفس الإسلامي، وغيرها من العلوم التي لا يتسع المجال لتقييمها، لكن تكفي الإشارة هنا إلى تراجع الاهتمام بتلك الدعوات، وضعف وهشاشة المنتج عن هذه المحاولات، وافتقاره للتأصيل العلمي النظري والمنهجي.

وأكتفي هنا بالإشارة إلى بعض النماذج الفاشلة لأسلمة الصحافة والإعلام، حيث

---

٩- عبد العظيم رمضان، تطور الحركة الوطنية في مصر، ١٩١٨-١٩٣٦، الجزء الأول، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب،

انحصرت في تصورات مثالية وصياغات لغوية على ما هو معروف ومتداول من مفاهيم وتقاليـد مهنية في الصحافة والإعلام، علاوة على تلاعب لفظي في بعض المفاهيم والنظريات الإعلامية التي تنتمي للمدرستين الوظيفية والنقدية، والأخيرة ذات أسس إنسانية وماركسية، ومع ذلك لم يتخرج القائلون بأسلمة الصحافة والإعلام من النقل عنها رغم اختلاف المنطلقات والمسلمات النظرية بينهما، فيذهب محمد قطب إلى أن الإعلام الإسلامي ترجمة ونظام حياة الأمة المسلمة، "وليس صحيحًا أنها المواعظ والأحاديث الدينية، فذلك تصور خاطئ للإسلام، إذ أنه -أي الإسلام- الحياة كلها، فكل خطرة من خطرات القلب، وفكرة من فكر العقل، وكل تصرف من تصرفات الإنسان، بل كل سلوك واقعي في الحياة، يدخل في دائرة الإسلام".<sup>١٠</sup>

ويرى محمد منصور هيئة أن الإعلام الإسلامي "إعلام عقدي" أي يعكس العقيدة الإسلامية في شمولها لكافة مناحي الحياة، ويعرض الباحث لعدد من السمات التي استقر عليها بعض الباحثين في الإعلام الإسلامي، وأهمها أنه "إعلام يتوجه إلى الناس كافة، ويحظى بحرية الحركة والمرونة، والعمل على توظيف كل الإمكانيات لتحقيق أهدافه، وترجمة الواقع بصدق وأمانة مع السعي لتغييره"<sup>١١</sup>.

باختصار يمكن القول إن رؤية جماعة الإخوان للصحافة والإعلام، جاءت قاصرة ومحدودة وغير قابلة للتطبيق، بما يضمن حرية الإعلام وتفعيل دوره في المجتمع، وتقرب هذه الرؤية من مفهوم ومكونات المخطط العام للسيطرة والهيمنة على الإعلام، وتحويله إلى أداة دعوية دعائية لصالح الجماعة، وهو ما يتعارض مع القواعد المهنية في الإعلام ورغبة الإعلاميين في تناول قضايا المجتمع والناس بحرية، بعيداً عن قيود التوجيه والرقابة، وتعتمد رؤية الإخوان القاصرة للإعلام على أربعة مصادر تشيع في كتابات الإخوان وجماعات الإسلام السياسي وهي:-

---

١٠- محمد قطب، في الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية (النظرية والتطبيق) أبحاث مقدمة للندوة العالمية للشباب الإسلامي، الرياض، ١٦ / ١٠ / ١٩٧٦ .

١١- محمد منصور محمود هيئة، مرجع سابق، ص ص ٣٤-٤٢ .

المصدر الأول: التأكيد على الطابع العقائدي والشمولي للإسلام<sup>١٢</sup>، وبالتالي الدمج بين الإسلام والدعوة، حيث يصبح الإعلام مجرد أداة دعوية ودعائية، فالإعلام بحسب أحد الباحثين له خمس وظائف هي: نشر عقيدة التوحيد، وتقويم بنيان المجتمع، وتوفير المعلومات الصحيحة، وتجميع طاقات المسلمين، والتصدي للحملات التي تواجه المسلمين، وإذا أضيف لذلك هدف أو وظيفة الترفيه فإنها وظيفة محكومة بأحكام الشريعة الإسلامية، وبشكل عام فإن ضوابط الاتصال أو الإعلام في الدولة الإسلامية هي ضوابط عقدية، وضوابط شرعية، وضوابط أخلاقية<sup>١٣</sup>.

المصدر الثاني: إضفاء كل ما هو إيجابي وصالح أو مرغوب فيه من العمل الإعلامي على الإعلام الإسلامي، علمًا بأن كل هذه السمات الإيجابية للإعلام منصوص عليها في موانيق الشرف الإعلامي ومدونات السلوك الصحفي قبل عشرات السنين من ظهور محاولات أسلمة الصحافة والإعلام، وكل ما يقوم به هؤلاء الإسلاميون هو إلصاق كلمة إسلامي بتلك الصفات والمعايير المهنية.

المصدر الثالث: محاولة تأويل أشكال الاتصال والتواصل الأولية في عصر النبوة والخلفاء الراشدين، باعتبارها تسبق نماذج ونظريات الاتصال والإعلام المعاصر، وأحيانًا تتفق معها، وهو نوع من التأويل والتوظيف البعدي لظواهر تاريخية إسلامية<sup>١٤</sup>، ويرى الباحث أن الرسول الكريم وصحابته قدموا نماذج فاعلة ومؤثرة في الاتصال تعتمد على الموعظة الحسنة والحوار والتسامح والابتعاد عن التعصب والكرهية، لكن هذه النماذج الرائدة في حينها تختلف كلية عما ينتهجه الإسلاميون حاليًا في أمرين، الأول: الأسلوب اللفظ واللغة العنيفة أو التكفيرية التي يعتمد عليها بعض الدعاة وشباب الجماعات الإسلامية، والثاني: ظواهر الاتصال الجماهيري في

---

١٢- محمد موسى البر، الإعلام الإسلامي، دراسة تأصيلية، القاهرة، دار النشر للجامعات، ٢٠١٠، ص ٣٠: ٧٢

١٣- المرجع السابق، ص ٩٤. ١٤٦ ومحمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، المبادئ، النظرية، التطبيق، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣

١٤- عبد الرازق محمد الدليمي، الإعلام الإسلامي، عمان، دار المسيرة، ٢٠١٣

المجتمع الحديث وأدواته، والنماذج والنظريات التي ظهرت عنه، ومن ثم فإن محاولات الربط التعسفي -سواء بالتأويل أو ادعاء الاتفاق- بين إعلام عصر النبوة واخلفاء، وبين النظريات أو الممارسات الحالية في عصر صناعة الإعلام والمعلومات وفضاء الإنترنت، يدخل في سياق المتاجرة بالدين ودغدغة مشاعر المسلمين.

المصدر الرابع: تجارب الأنظمة الشمولية في توظيف الإعلام كأداة دعائية أيديولوجية لخدمة مصالح النخبة الحاكمة، وفي مقدمتها تجربة هتلر وستالين وموسوليني، وصولاً إلى مبارك، إضافة إلى تجارب حكومات إسلامية في السودان وإيران وتركيا، والفرضية التي أطرحها هنا أن هذه التجارب عززت من موقف الإخوان العدائي تجاه حرية الإعلام ودوره في المجتمع، وأغرت الجماعة بتكرار هذه التجارب تحقيقاً لأهدفها في التمكين والأخوة وفرض هيمنتها السياسية والاجتماعية، لذلك تبنت الجماعة نموذج الإعلام السلطوي خلال حكم مرسي ومكوناته المادية وقوانينه الموروثة عن حكم مبارك!!

والمفارقة أن الجماعة كانت قبل ذلك ترفض هذا النموذج وتعارضه، وكانت ترى فيه إعلاماً متحيزاً لصالح الحكام وضد مصالح وقيم الشعب وأخلاقه، ويعمل على تشويه الإخوان والإساءة إليهم، كما يعمل على نشر الخلاعة والفجور في برامج الإذاعة والتلفزيون، بحسب ما ورد في خطاب الإخوان المسلمين، وتصريحات قيادة الجماعة خلال حقبة مبارك، والتي ربطت بين أداء الإعلام المصري والعربي والمخططات الغربية الصهيونية لتقويض أخلاق الأمة، واستهداف الشباب الإسلامي، وشغله بقضايا واهتمامات زائفة تبعده عن القضايا الحقيقية التي تصلح حال الأمة وتنهض بها.<sup>١٥</sup>

لكن وجود جماعة الإخوان في السلطة دفعها لتناسي هذه الانتقادات، واتباع نموذج الإعلام السلطوي. من هنا حاولت الجماعة توظيف المنظومة الإعلامية الحكومية للدفاع عن سلطتها، وتبرير مواقف وسياسات الرئيس مرسي وحكومته، والترويج لها بين

١٥- انظر: نماذج من الخطاب الإسلامي تجاه الإعلام العربي والأجنبي وواجبات المسلم.

mweb.net/media.index.php?page=maincategory&lang=A&vPart=34&order=&startno=



المواطنين، واستعانت في ذلك أيضًا باستخدام وسائل الإعلام التابعة للجماعة، ومحاولات السعي للهيمنة على الإعلام الخاص وترويضه، وتهديد وإرهاب الإعلاميين.

#### ثانيًا: الإعلام في البرنامج السياسي للإخوان وبرنامج مرسى الانتخابي:-

في هذا السياق، وتحت تأثير المصادر الأربعة السابقة، التي شكلت رؤية جماعة الإخوان المسلمين الإدماجية، والانقلابية لدور الإعلام في الدعوة والدعاية للجماعة، سارعت الجماعة إلى تحويل إعلام الدولة، من تبرير سياسات حكم مبارك المستبد البعيد عن الإسلام، وتشويه صورة الإخوان وتخريب الأخلاق والقيم الإسلامية في المجتمع، إلى إعلام خادِم للمشروع الإسلامي النهضوي لجماعة الإخوان، بغض النظر عن بقاء واستمرار آليات تبعية الإعلام الحكومي للدولة، واستمرار هيمنة أجهزة الدولة على حرية الإعلام، ولم تهتم الجماعة كثيرًا بتطبيق ما ورد في البرنامج السياسي لحزب الحرية والعدالة والذي خاضت به أول انتخابات برلمانية بعد الثورة وفازت بها، ويبدو أن فوزها بالانتخابات البرلمانية قلص من اهتمامها بالإفصاح عن رؤيتها للإعلام وحرية الإعلاميين في البرنامج الانتخابي للرئيس السابق محمد مرسي، والذي خلا تقريبًا من تناول قضايا الإعلام وحرية الرأي والتعبير.

طرح برنامج الحرية والعدالة أهدافًا وشعارات عامة عن الإعلام تفتقر إلى الرؤية والتفاصيل، حيث أكد في الباب الثامن على دور الإعلام "في دعم قيم المجتمع، وترسيخ هويته، ونشر العلم والثقافة، ودعم الإصلاح داخل المجتمع، مثل فكرة المشاركة الديمقراطية وحقوق الإنسان".. "ويسعى الحزب إلى رفع يد الدولة عن احتكار أجهزة الإعلام الجماهيري وذلك بإقرار حرية تأسيس وإنشاء الإذاعة والتلفزيون الخاصة، التي تتوافق رسالتها مع قيم المجتمع والآداب العامة".. "ويدعم الحزب تصفية المؤسسات الصحفية الحكومية ببيعها، أو نقل ملكيتها لهيئات عامة، أو تملك العاملين بها"<sup>١٦</sup>.

---

١٦- البرنامج الانتخابي لحزب الحرية والعدالة في انتخابات برلمان ٢٠١١-٢٠١٢.

والملاحظ أن هذه البدائل الثلاثة المقترحة فضفاضة ومتناقضة، وعندما تولى ارئيس مرسى الحكم وجمع بين السلطين التشريعية والتنفيذية، ثم منح الأولى لمجلس الشورى ذا الأغلبية الإخوانية، لم ينفذ الإخوان أيًا من هذه البدائل، وفي موضع آخر تبني برنامج حزب الحرية والعدالة تطوير خدمات الإنترنت واعتماد ميثاق شرف لاستخدام الإنترنت كبديل عن المنع الرقابي الخارجي، واقترح تأسيس مجلس أعلى للإعلام الإلكتروني، مستقل عن الحكومة جزئيًا ويتكون من الجمعيات الأهلية والقطاع الخاص وممثلين عن بعض الأجهزة الحكومية، ويلاحظ أن هذا المجلس لم ير النور سواء في دستور ٢٠١٢ أو في ترتيبات حكم الإخوان، كما يلاحظ أن حرية الإعلام في برنامج الإخوان تظل محكومة بالتوافق مع قيم المجتمع والآداب العامة، وهما مفهومان على درجة كبيرة من الغموض والتعميم، إلا أنهما وردا في عدة مواد من دستور ٢٠١٢.

الخلاصة، لم يلتزم حزب الحرية والعدالة بتطبيق ما وعد به بشأن الإعلام في برنامجه الانتخابي، والغريب أن البرنامج الانتخابي للرئيس السابق محمد مرسى، المعروف دعائيًا بـ"مشروع النهضة" لم يخصص قسمًا للإعلام رغم تناوله لتفاصيل كثيرة، واقتصر حديثه عن الإعلام على إشارات مقتضبة في سياق موضوعات أخرى، مثل دعوته لترسيخ قيم العفة والحياء في الإعلام وفي التعليم وإعلانات الشوارع!! وذلك في إطار وعود البرنامج للنهوض بالمرأة.<sup>١٧</sup>

ثالثًا: التشريعات والقوانين التي نظمت العمل الإعلامي خلال حكم الإخوان:-

عندما وصل الإخوان إلى الحكم، كانت لديهم تلك الرؤية الغامضة والإدماجية الانقلابية عن الإعلام الدعوي والدعائي الذي ينبغي أن يعمل في خدمة مشروع الجماعة، والذي كان يفتقر إلى الوضوح والتفاصيل، فضلًا عن نقص خبرة الجماعة الفادح بمتطلبات الحكم والدولة في مصر، لذلك تبنت الجماعة نموذج الإعلام السلطوي الذي

---

١٧- البرنامج الانتخابي للمرشح محمد مرسى في انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢.

كانت ترفضه وتعارضه في عصر مبارك، فحاولت -كما سبقت الإشارة- توظيف المنظومة الإعلامية الحكومية للدفاع عن السلطة الجديدة، وتبرير سياساتها ومواقفها والترويج لها بين المواطنين، وبالرغم من المفارقة في هذا التحول إلا أنه يمكن تفسيره في ضوء الفهم الإدماجي "الدعوي-الدعائي" للإعلام في حياة الجماعة، والذي يكاد يتطابق مع التوظيف السلطوي للإعلام، من قبل نظام مبارك وغيره من الأنظمة الشمولية، واستغلاله في تزيف الحقائق والتلاعب بالرأي العام، أي أن الجماعة وسعت من نطاق الدور الدعوي الدعائي للإعلام، من نشر الدعوة والدفاع عن الجماعة ومعارضة سياسات الأنظمة السياسية، إلى الدفاع عن سلطة وحكم الإخوان، وبدلاً من الاعتماد على وسائل الإعلام التابعة للجماعة، سعى الإخوان إلى الهيمنة على الإعلام الحكومي، وترويض واحتواء الإعلام الخاص، للعمل ضمن منظومتها الجديدة الإدماجية الدعوية والدعائية، مع محاولة الاستفادة من تجارب إسلامية وصلت للحكم وتعاملت بدرجات مختلفة من القمع والتوظيف للإعلام، مثلما حدث في إيران والسودان وتركيا.

كما حاولت الجماعة وراثته دور الحزب الوطني ونظام مبارك في الهيمنة على المنظومة الإعلامية وتوظيفها لصالحها، وساعدها في ذلك بقاء قوانين الإعلام ومواثيق الشرف الصحفي والإعلامي كما هي دون تغيير منذ رحيل مبارك، حيث تعتمد المجلس العسكري ثم الإخوان الإبقاء على أوضاع الصحافة والإعلام وتشريعاتها كما هي، ولم تُفتح بشكل جدّي ملفات الفساد في الإعلام الحكومي أو الخاص، بينما سمح المجلس العسكري والإخوان بتأسيس العديد من القنوات والصحف الجديدة التي يمتلكها رجال أعمال وشركات إعلانات وبعض شخصيات محسوبة على تيار الإسلام السياسي، في هذا السياق ظهرت لأول مرة قناة تليفزيونية وصحيفة يومية مرتبطة بالإخوان، وتحولت العديد من القنوات الدعوية الإسلامية للخوض في السياسة، وارتكبت أخطاء مهنية وأخلاقية في أداء أغلب وسائل الإعلام المصري، والتي انخرطت في استقطاب وانقسام سياسي وثقافي غير مسبوق في تاريخ الإعلام والمجتمع المصري.

المعطيات السابقة ضرورية لفهم ما جرى في الصحافة والإعلام، إذ تولى مجلس شورى غالبيته من الإخوان والسلفيين (بدلاً من الحزب الوطني) ملف الصحافة القومية، وطرح في تقريرين صادرين عن لجنته للثقافة والإعلام، قبيل تغيير رؤساء تحرير الصحف القومية في أوائل أغسطس ٢٠١٢، وعوداً بمعالجة ملفات الفساد وسوء الإدارة في تلك الصحف، كما جاء الإعلان عن فتح باب الترشح لمناصب رؤساء التحرير واعتماد معايير للاختيار بين المرشحين لها من خلال لجنة شكلها مجلس الشورى كخطوة إلى الأمام عما كان عليه الحال سابقاً، حتى في عهد المجلس العسكري، وجرت هذه العملية وسط ضغوط معاكسة تحالف فيها معارضون مع فلول نظام مبارك بهدف إبقاء الأوضاع على ما هي عليه، وفي النهاية جاء اختيار القيادات الجديدة على نحو خالف، في العديد من الحالات، المعايير التي تم الإعلان عنها.

ولا يمكن القول بأن هذه التغييرات جاءت بالإخوان إلى كل أو معظم مناصب رؤساء تحرير الصحف القومية، إذ لا يتوافر دليل قطعي على هذا، لكن يمكن القول أن الإخوان - كما معارضتهم - لجأوا إلى رموز تنتمي للفلول داخل الصحافة القومية، واستعانوا بها على إدارة هذه الصحف، كما يمكن القول بأن غالبية من تم الدفع بهم عبر مجلس الشورى لرئاسة تحرير هذه الصحف، ممن هم على استعداد لخدمة أي سلطة كانت في الحكم، وانعكس هذا الأمر على سياسات التحرير وعلى ممارسة ألوان من الرقابة الذاتية داخل العديد من الصحف القومية، تصب في خدمة الإخوان والإسلاميين، وفي اتجاه منع مواد رأي وأخبار ليست في صالحهم.<sup>١٨</sup>

آليات السيطرة والهيمنة الإخوانية على الصحافة استعملت على نطاق واسع، وبقدر أقل من المقاومة، في اتحاد الإذاعة والتلفزيون، حيث تولى صلاح عبد المقصود، أحد أعضاء الجماعة، منصب وزير الإعلام، والذي عين مجلس أعلى للصحافة غالبيته من الإخوان أو المتعاطفين معهم، كما أعاد تشكيل اتحاد الإذاعة والتلفزيون من شخصيات قريبة الصلة

---

١٨- كارم يحيى، الإخوان والصحافة القومية، ورقة نقاش غير منشورة، ٢٠١٣

بالإخوان أو بالسلطة، أيًا كانت طبيعتها وتوجهاتها، وحاول الوزير، كما كان يفعل وزراء إعلام مبارك، توظيف الإذاعة والتليفزيون الحكومي للدعاية للرئيس وحكومته، لكنه سمح، نتيجة ضغوط بعض العاملين في الإذاعة والتليفزيون، بظهور أصوات وممثلين للمعارضة، وذلك في محاولة لاستعادة الثقة والمصداقية الضائعة في الإعلام الحكومي من جهة، ولمنافسة القنوات والصحف الخاصة، والتي تطورت سريعًا، وحققت انتشارًا وقدرة على التأثير تفوق القنوات الحكومية، لأسباب كثيرة في مقدمتها وفرة التمويل، ومرونة الحركة، والقدرة على الابتكار والتجديد الفني والتقني، وهي عوامل حُرِمَ منها الإعلام الحكومي.<sup>١٩</sup>

كان رهان الجماعة كبيرًا على استخدام وتوظيف الإعلام الحكومي والخاص لفرض هيمنتهم الثقافية والسياسية، خاصة وأن حكم الإخوان واجه معارضة قوية من الأحزاب والقوى المدنية، التي شكلت فيما بينها "جبهة الإنقاذ"؛ لمواجهة هيمنة الإخوان وانفرادهم بالسلطة. وكلما تعثرت عمليات توظيف الإعلام وإدماجه ضمن جهود الدعوة والدعاية لصالح الرئيس مرسي وحكومته، وارتفعت أصوات النقد والمعارضة في الإعلام، كلما شنت الجماعة وأنصارها حملات عدائية ضد الإعلام والإعلاميين، حاولت من خلالها تقييد حرية الإعلام وإرهاب الإعلاميين، والتحقيق معهم وملاحقتهم قضائيًا، علاوة على حصار أنصار الجماعة والمتعاطفين معها لمدينة الإنتاج الإعلامي، وتهديد إعلاميين والاعتداء عليهم جسديًا، واتهام المرشد العام للإعلاميين بأنهم "سحرة فرعون!!" والادعاء بأن الإعلام المغرض يسيء إلى إنجازات الرئيس مرسي وحكومته، وهكذا حاولت الجماعة تحميل الإعلام مسئولية فشل الرئيس وحكومته في إدارة شؤون الدولة والمجتمع.

#### رابعًا: حرية الإعلام في دستور ٢٠١٢:-

هكذا حصل الصدام والعداء بين حكم الإخوان والإعلام، في إطار الصراع والانقسام

---

١٩- محمد سعد إبراهيم، نحو مدخل نظري جديد لتفسير دور الإعلام في أزمة الشرعية في مرحلة التحول الثوري، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، القاهرة، الجامعة الكندية، العدد الأول، السنة الأولى، ٢٠١٣، ص ٢٣ : ٢٥

الثقافي والسياسي بسبب حكم الإخوان، وحول طبيعة هذا الحكم وتوجهاته، ورغم قوة معارضة جبهة الإنقاذ وصدام الإخوان مع القضاء والإعلام، فإن الحكم الجديد واصل محاولاته لفرض الأمر الواقع وبناء مشروعية جديدة، من خلال إصدار دستور جديد، وإجراء انتخابات برلمانية مع الإبقاء على سلطة التشريع في يد مجلس الشورى الذي يسيطر عليه الإخوان، وعمَّق الدستور من حالة الانقسام والاستقطاب في المجتمع، حيث انسحب ممثلو القوى المدنية من لجنة صياغة الدستور، وانفرد الإخوان وحلفاؤهم من السلفيين بكتابة الدستور والدعاية له، حيث حظي بموافقة ٦٣,٨٪ من مجموع الذين شاركوا في الاستفتاء عليه، ويهمنا هنا استعراض توجهات الدستور إزاء حرية الرأي والتعبير والإعلام، ورؤيته لتنظيم مؤسسات الإعلام الخاص والعام، والتي يتضح منها رغبة الإخوان في فرض أشكال مختلفة من الهيمنة الناعمة والخشنة (الرقابة والمصادرة والمنع والحبس) على الإعلام ومؤسساته، بما يضمن السيطرة على الإعلام وإدماجه في الجهود الدعوية والدعائية لحكم الإخوان، وذلك بحسب رؤية الإخوان للإعلام، واتباعهم للنظام السلطوي في علاقة السلطة بالإعلام.

وترتبط رؤية دستور ٢٠١٢ لحرية الإعلام بالحرريات العامة، وفي مقدمتها حرية الاعتقاد والرأي والتعبير، حيث تم إخضاع هذه الحريات لمقتضيات ودواعي الأمن القومي أو المصلحة العامة أو الآداب العامة، فضلاً عن الشريعة الإسلامية (المادتين ٢ و ٢١٩)، ولم يلتزم الدستور بالمعايير الدولية واتفاقيات الأمم المتحدة بشأن حرية الإعلام وإتاحة وتداول المعلومات، وحق التنظيم النقابي، فلم يلغ العقوبات السالبة للحرية حيث نصت المادة ٤٨ على حرية الصحافة واستقلالها في ضوء مقتضيات الأمن القومي، علاوة على ما ورد في المادتين (١٠ و ١١) من الدستور، وتشمل مفاهيم الدين والأخلاق، والآداب، والنظام العام، والمستوى الرفيع للتربية، والقيم الدينية، والأخلاقية، والوطنية، والتقاليد.

كما تجيز المادة (٤٨) وقف أو غلق أو مصادرة الصحف بحكم قضائي، وهو ما يعتبر

عقوبة جماعية محظورة دوليًا، وأخضعت المادة (٤٩) حرية إصدار الصحف ومحطات البث الإذاعي والتلفزيوني ووسائل الإعلام الرقمي للترخيص من دون تحديد سلطات الجهة الإدارية، حيث أحال الدستور تنظيم هذه الحقوق إلى القانون، وأنشأ الدستور مجلس وطني للإعلام، وهيئة وطنية للصحافة والإعلام تتولى إدارة المؤسسات الإعلامية المملوكة للدولة (المادتين ٢١٥ و ٢١٦)، لكن الدستور منحهما سلطات رقابية على المضامين الإعلامية، ولم يحدد آلية اختيار أو تعيين أعضاء المجلس والهيئة أو ضمانات استقلالهما عن الدولة، وتركهما للقانون، والذي قد يخضع لأهواء الأغلبية، كما منح رئيس الجمهورية سلطة اختيار رئيس المجلس والهيئة، مما قد يؤثر في استقلالهما.<sup>٢٠</sup>

والحقيقة أن إقرار الدستور لم يحقق أهداف الإخوان في فرض واقع جديد على الإعلام، حيث تعثرت جهود إصدار موثيق شرف إعلامي أو قوانين لتنظيم أوضاع الإعلام، بسبب المخاوف من هيمنة الإخوان على مجلس الشورى وتوظيفه لإصدار قوانين وهياكل تنظيمية للإعلام تعمل لخدمة حكم الإخوان والمتحالفين معهم، ولا تراعي الحد الأدنى من المعايير الدولية الخاصة بحرية الرأي والتعبير والإعلام وتداول المعلومات. لكن تعثر تغيير قوانين ونظم الإعلام لم يمنع حكم الإخوان من توظيف واستغلال ترسانة القوانين والإجراءات المقيدة لحرية الإعلام والموروثية من عصر مبارك، لذلك تواصلت الملاحقات الأمنية والقانونية للإعلاميين، وأغلقت إحدى القنوات الخاصة، وجرى التفكير في فرض رقابة سابقة على القنوات الخاصة، كما حاصرت جماعة حازم أبو إسماعيل المتحالفة مع الإخوان مدينة الإنتاج الإعلامي.

وعبرت تلك الممارسات القمعية وغيرها عن إشكالية في علاقة حكم الإخوان بالإعلام، فالجماعة تسعى لتطويع الإعلام واستغلاله لصالحها، وفي الوقت نفسه تخشى من تأثير الأصوات المعارضة في الإعلام على شعبيتها، خاصة وأن أخطاء الرئيس والجماعة كانت

---

٢٠- انظر: - عبد الله خليل، القيود الدستورية والتشريعية على حرية الرأي والتعبير في دستور مصر ٢٠١٢ والتشريع

المصري، قراءة تحليلية، موقع العربية نت، ٢٠١٣/٣/٣١.

- محمد شومان، الدستور والميديا الجديدة، الوطن، ٢٠١٢/١١/١٠.

مادة جاذبة للإعلام، ويرى فيها أي إعلامي مستقل أخبارًا من الضروري نقلها للرأي العام وإثارة نقاش حولها، لكن هذه الممارسات، التي تحركها دواعي مهنية محضة، بدت بالنسبة للإخوان مواقف عدائية لا بد من التصدي لها.

#### خامسًا: أسباب صدام الإعلاميين مع حكم الإخوان:-

التناقض بين رؤية الإخوان لحرية الإعلام ودوره في المجتمع، هي أهم أسباب هذا الصدام، لأن رؤية الإخوان الدعوية الدعائية للإعلام، وحفاظهم على النظام الإعلامي السلطوي الذي تركه مبارك مع منحه صبغة دينية أدت إلى:-

١- إثارة مخاوف الإعلاميين، خاصة من الاتهام بالخروج عن الآداب العامة وتقليد المجتمع، والأخطر مخالفة لشرعية، وفق نص العديد من مواد دستور ٢٠١٢، وبالتالي التعرض لعقوبات قانونية قد تصل إلى الحبس وربما الخروج عن الملة.

٢- تهديد حرية الإعلام والإعلاميين بشكل مباشر، والقضاء على تطلع الإعلاميين المشروع لتغيير النظام الإعلامي بعد ثورة ٢٥ يناير، بحيث يكون أكثر استقلالاً وديمقراطية وتعددية.

٣- الخوف من عدم احترام المعايير المهنية التي يطمح إلى تحقيقها أي إعلامي، خاصة حرية الحصول على المعلومات، وحرية النشر، من دون رقابة أو تهديد أو خوف من الوقوع تحت طائلة قوانين قد تؤدي به إلى السجن أو التكفير، وربما تؤدي في حالات أخرى إلى وقف أو إغلاق الصحيفة أو القناة التي يعمل بها، بحسب ما ورد في دستور ٢٠١٢.

من هنا اختار أغلبية الإعلاميين في الصحافة وإذاعة والتلفزيون الحكومي والخاص، الوقوف ضد الإخوان دفاعًا عن حرية الإعلام وحقوق الإعلاميين في القيام بوظائفهم من دون خوف أو تهديد، ولاشك فقد تأثر هذا الموقف برفض بعضهم لسياسات الإخوان، علاوة على تأثرهم بحالة الاستقطاب والانقسام في المجتمع بين القوى المدنية



والقوى الإسلامية، ربما نتيجة أن أغلبية الإعلاميين، تنحاز بحكم النشأة وخبرات العمل وطبيعته إلى التيارات المدنية، ومن النادر أن تجد إعلاميين ينتمون إلى الإخوان أو جماعات الإسلام السياسي، وهو ما سنلقي عليه مزيداً من الضوء في موضع قادم.

في مقابل توجه أغلبية الإعلاميين، أذعنت أقلية مؤثرة من العاملين في الإعلام الحكومي لمخطط الإخوان للهيمنة على الإعلام وتطويعه وتوظيفه لصالحهم، وبعض هؤلاء كانوا يبحثون عن مكاسب من السيد الجديد للحكم وللإعلام في مصر، ومع ذلك فإن تحالف المصالح هنا لم يَمُكِّن الإخوان من السيطرة على الآلة الإعلامية الحكومية، واستمرت بعض أصوات النقد في الظهور من داخل وسائل الإعلام المملوكة للدولة، بينما وقف الإعلام الخاص بعيداً عن محاولات الهيمنة الإخوانية، واستمر في معارضته وانحيازه لجهة الإنقاذ، ربما نتيجة مخاوف رجال الأعمال الذين يمتلكون الصحف والقنوات الخاصة على مصالحهم مع الحكم الجديد.

ومن المهم الإشارة إلى قلة أعداد الإعلاميين الذين ينتمون إلى جماعة الإخوان أو يتعاطفون معها، فهم يمثلون أقلية محدودة نتيجة وجود قيود أمنية على تعيين العناصر النشطة سياسياً في أجهزة الإعلام الحكومية في عصر مبارك، سواء كان هؤلاء من المنتمين للإخوان أو اليسار أو الناصريين، وقد تعرض كل هؤلاء، وليس عناصر الإخوان فقط إلى هذا التمييز والاضطهاد، والتحق كثير من عناصر الإخوان ممن يرغبون في العمل بالإعلام إلى الآلة الإعلامية الدعوية -الدعائية للإخوان، وبالتالي لم يتركوا على أسس مهنية تنافسية حقيقية، وإنما اختلط لدى أغلبهم العمل الدعوي بالإعلامي بحسب رؤية الإخوان الإدماجية القاصرة للإعلام، الأمر الذي قد يفسر تواضع المستوى المهني للكثير منهم، وهو ما انعكس على الأداء المتواضع والدعائي الفج في صحيفة "الحرية والعدالة" وقناة "مصر ٢٥" اللتين ظهرتتا بعد ثورة ٢٥ يناير، والتحق بالعمل فيها كثير من المنتمين للإخوان أو المتعاطفين معهم.

ولعل حالة الصحفي ووزير الإعلام الإخواني صلاح عبد المقصود، وسيرته المهنية، ومستوى أدائه كوزير للإعلام تقدم نموذجًا لعناصر الإخوان النشطة دعويًا وسياسيًا، والتي لا تتمتع بمهارة مهنية أو إدارية، لكن عضوية الجماعة والثقة في شخص عبد المقصود تفسران تفضيله عن أهل الخبرة والكفاءة، وكان عبد المقصود قد نفى وجود مخطط لأخونة الإعلام، ونفى أيضًا وجود عناصر من الإخوان بين العاملين في مبنى الإذاعة والتلفزيون، وقال: "لو كان عندي إخوان في ماسبيرو كنت عينتهم فورًا لأنهم الأقدر والأكفأ!!"، مما أثار عاصفة من الانتقادات، لكن الوزير كان محققًا في الشق الأول من تصريحه بشأن عدم وجود إخوان في مبنى الإذاعة والتلفزيون.<sup>٢١</sup>

القصد أن قلة عدد الإخوان بين الإعلاميين قلل من اندفاع الإخوان نحو أخونة الإعلام، وفرض رؤيتهم لدور الإعلام وحرية في المجتمع، لكن ظلت هناك مخاوف لدى كثير من الإعلاميين من إنهاء خدمتهم عند سن التقاعد، بالمخالفة لما كان معمولًا به في عصر مبارك فما يتعلق بعدم إحالة الصحفيين إلى التقاعد عند بلوغهم سن الستين، وكذلك ظهرت مخاوف بشأن الحد من فرص العمل وفرص النشر، حيث كانت هناك مخاوف حقيقية من أخونة الإعلام سواء بتعيين عناصر من الإخوان من خارج المؤسسات الإعلامية، أو ترقية المتأخونين وغيرهم من المستعدين لخدمة أي سلطة جديدة، بغض النظر عن خبراتهم ومستواهم المهني.

وظهرت حقيقة هذه المخاوف في تعيينات مجلس الشورى لعدد من الصحفيين كرؤساء تحرير ممن لا تنطبق عليهم المعايير التي وضعها المجلس نفسه، لكن قيادة الجماعة وجدت في هؤلاء استعدادًا أكبر للعمل في خدمة الإخوان وتنفيذ رؤيتهم للإعلام، وبالفعل قام بعض رؤساء الصحف الحكومية بمنع عدد من كبار الصحفيين من الكتابة أمثال جلال عارف في "أخبار اليوم"، وأحمد طه النقر وإبراهيم عبد المجيد في "الأخبار" ومحمد العزب في "الجمهورية" وغيرهم، ما قد يعني أن بعض رؤساء التحرير الجدد قاموا بدور الرقيب في ضوء تعليمات وتوجيهات غير منشورة صادرة عن قيادات من الإخوان.

---

٢١- تصريح لوزير الإعلام السابق صلاح عبد المقصود في ١٢/٢٠ ٢٠١٢/٢٠١٢ <http://www.youtube.com/watch?v=apVJ6Cvbrb2012/12/20>

## الخاتمة:

يمكن القول إن هناك مجموعة من الأسباب الموضوعية والذاتية التي تفاعلت لتدفع بالإخوان إلى الصدام مع الإعلام وغالبية الإعلاميين، ولعل من أهم الأسباب الموضوعية:-

- ١- الصدام الطبيعي، والمتوقع دائماً وعبر التاريخ، بين أي سلطة والإعلام، نظراً لضيق السلطة من أي نقد يعتبره الإعلاميون حقاً وجزءاً أصيلاً من واجبه المهني، ودورهم كممثلين للرأي العام والمجتمع، بينما تحاول السلطة تطويع وربما قهر الإعلام وتوظيفه لصالحها.
- ٢- الرؤية الضيقة الإدماجية للإعلام في أنشطة الدعوة والدعاية، ومحاولة الإخوان المتسارعة للإبقاء على نظام الإعلام السلطوي الموروث عن عصر مبارك، والسعي لتوظيفه لصالح خدمة أهداف الجماعة في الهيمنة الثقافية والسياسية والانفراد بالحكم، في هذا السياق أبقى الإخوان على القوانين والتشريعات القديمة، كما انقلبوا على بعض مكاسب الجماعة الصحفية فيما يتعلق بإلغاء عقوبة تعطيل وغلق وسائل الإعلام في القانون ١٤٥ لعام ٢٠٠٦، حيث نص دستور ٢٠١٢ المعروف إعلامياً بـ"دستور الإخوان"، على العديد من القيود الجديدة على حرية النشر والإعلام وتداول المعلومات، منها ما هو ديني وأخلاقي وأمني.

- ٣- أخطاء الجماعة في إدارة الدولة والتعامل مع المعارضة، والأهم هنا الخطأ في تقدير قوة الإعلام والإعلاميين بعد ثورة ٢٥ يناير، وعدم تقدير التحولات في أنماط ملكية الإعلام، وزيادة وزن وتأثير الإعلام الخاص وتفوقه على الإعلام التابع للدولة، الذي عانى من إشكاليات المصداقية والقدرة على التأثير والمنافسة، وضعف الإمكانيات الفنية والمالية، ولاشك أن ملكية عدد من رجال الأعمال وأصحاب شركات الإعلان لأغلبية القنوات والصحف القوية، دعم من التوجهات

النقدية والمعارضة لحكم الإخوان في الإعلام، نظرًا لمخاوف رجال الأعمال المحسوبين على نظام مبارك<sup>٢٢</sup> من أطماع الإخوان ورجال الأعمال المرتبطين بهم، ولا توجد معلومات تفصيلية عن تضارب مصالح الطرفين أو الصراع بينهما، كما لا تتوافر معلومات دقيقة أيضًا عن مدى تدخل رجال الأعمال في السياسات التحريرية للصحف والقنوات المملوكة لهم، لكن من المؤكد، وبحسب روايات العديد من الإعلاميين، أنه كانت توجد تدخلات وتوجيهات لهم من جانب مالكي الصحف والقنوات الخاصة.<sup>٢٣</sup>

وإلى جانب العوامل الموضوعية السابقة كانت هناك عوامل ذاتية تتعلق بتكوين جماعة الإعلاميين، وطموحاتهم بعد ثورة ٢٥ يناير في إنهاء النظام السلطوي في الإعلام وبناء نظام إعلامي ديمقراطي، وعدم وجود نقابات للعاملين في الإذاعة والتلفزيون، وغياب أو تقادم مدونات السلوك المهني ومواثيق الشرف الإعلامي، مما برر للبعض ارتكاب أخطاء وتجاوزات أبرزها تغليب السياسة والصراع السياسي على القيم والمعايير المهنية.

من زاوية أخرى فإن قلة أعداد الإعلاميين المنتمين لجماعة الإخوان وضعف تكوينهم المهني، وبالتالي اعتمدت الجماعة على عدد من الإعلاميين الأقل كفاءة والأكثر قابلية لخدمة أي سلطة، أيًا كانت توجهاتها السياسية، وهذه النوعية الأخيرة عمقت من الصدام بين الإخوان والإعلام، وشنت حملات تشويه على الإعلاميين المعارضين، لكنها سرعان ما انقلبت على الإخوان بعد تدخل الجيش في ٣٠ يونيو وربما قبلها بأيام.<sup>٢٤</sup>

\*\*\*

---

٢٢- محمد سعد إبراهيم، مرجع سابق، ص ٢٣

٢٣- انظر على سبيل المثال، استطلاع صحيفة الصباح عن تدخل ملاك القنوات الفضائية، ٢٦/١١/٢٠١٣.

٢٤- انظر تحولات الصحف الحكومية، خاصة الأهرام والجمهورية والأخبار في الأسبوع الأخير من شهر يونيو وحتى ٣ يوليو ٢٠١٣ عندما أعلن الفريق السيسي عن خارطة الطريق.



الفصل الثاني  
الإعلام والتحول الديمقراطي  
قضايا نظرية



## أولاً: الربيع العربي وحرية الإعلام:

### الشعب يريد إسقاط التشريعات الإعلامية

بالرغم من اختلاف الأنظمة السياسية العربية إلا أنها ظلت لأكثر من نصف قرن متفقة ومتعاونة في ملفين هما الأمن والإعلام، وكان هاجس الأمن بمعنى حماية النظام السياسي مسيطراً على التشريعات الإعلامية وأداء الإعلام العربي، الذي خضع في مجمله لهيمنة الدولة واحتكارها الكامل للإعلام المرئي والمسموع.

تشابه فلسفة النظام الإعلامي وتشريعاته وأساليب عمله خلقت ما يعرف بالنظام الإعلامي العربي، وهو نظام فرعي ضمن النظام الإقليمي العربي، يرتبط به ويتفاعل معه، مع ملاحظة أن دائرة فعل النظام الإعلامي تتوسط ما هو سياسي وثقافي دون انفصال أو استقلال عن بقية الأنظمة الفرعية داخل النظام الإقليمي العربي.

لكن يبدو أننا نشهد عملية هدم للنظام الإقليمي العربي بما في ذلك نظامه الإعلامي تمهيداً لميلاد نظام جديد أكثر قدرة على الاستجابة للتحديات الخارجية التي تواجه الشعوب، وأكثر استجابة لتطلعاتهم وحقوقهم المشروعة في الحرية والعدالة الاجتماعية. عملية الهدم والميلاد الجديد جرت منذ سنوات، وربما كانت البداية مع حرب الخليج الأولى، ثم تأثيرات العولمة وتطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام وانتشار وسائل الإعلام الجديد، والتي لعبت دوراً كبيراً في تفجر الثورات العربية، ولاشك أن ربيع العرب، والنتائج المباشرة وغير المباشرة الناتجة عنه، سيسرع بعملية ظهور النظام الإقليمي العربي الجديد، ونظامه الإعلامي.

وتعتبر التشريعات الإعلامية في الوطن العربي أحد أهم مكونات النظام الإعلامي العربي إذ تعكس فلسفة النظم السياسية ونظرتها للإعلام، من هنا فإن عملية التغيير والتحول الديمقراطي وبناء نظام إعلامي جديد تتطلب عملية مراجعة نقدية وشاملة



للتشريعات الإعلامية العربية - لن أنطرق لمواثيق الشرف الإعلامي - التي تحدد القيود المفروضة على النظام الإعلامي العربي، والتي تتعارض في مجملها مع العهود والمواثيق الدولية الخاصة بحقوق الإنسان وحرية الرأي والتعبير، فضلاً عن تقييدها لحرية الإعلاميين في الرقابة وكشف الفساد، ولحقوق المواطنين وقدرتهم على الاتصال والحصول على المعلومات.

واعتقد أن المراجعة الآمنة للتشريعات الإعلامية العربية تعني المطالبة بتغييرها تأكيداً لاحترام حرية الرأي والتعبير وحرية الإعلام، وحتى تتماشى مع المعايير الدولية، والثورة الاتصالية والإعلامية، والأهم تفعيل دور الإعلام في عملية الإصلاح والتحول الديمقراطي التي تهب نسائمه على الدول العربية، فالعلاقة وثيقة -وتفاعلية- بين طبيعة النظام السياسي ومدى ديمقراطيته وبين حرية الإعلام، لاشك أن تغيير التشريعات الإعلامية والتزام الحكومات العربية وجماعة الإعلاميين والمجتمع المدني بتطبيقها -قولاً وفعلاً- سيمثل خطوة رئيسية على طريق بناء نظام إعلامي جديد أكثر ديمقراطية، وأقدر على التلائم مع ما يتواكب مع تطور تكنولوجيا الإعلام وثورة الإنترنت وإعلام المواطن.

#### تشريعات مقيدة للحرية:

بالرغم من التباين السياسي والاجتماعي والتشريعي بين الدول العربية، إلا أنها ومنذ مرحلة ما بعد الاستقلال التزمت، وربما بدون اتفاق، بمجموعة من الأسس والمبادئ التشريعية، عكست في مجملها الخوف والحذر الحكومي من حرية الإعلام، وقد شجعت ظروف الحرب الباردة، وضعف الاهتمام بثقافة حقوق الإنسان على استمرار هذه التشريعات، والتي لم تتغير حتى العقد الأول من الألفية الجديدة إلا في حدود ضيقة للغاية، ومن ثم قُيدت بدرجات مختلفة حرية الرأي والتعبير وحرية الإعلام، وفُرضت قيوداً كثيرة على الإعلاميين العرب، جعلت الدول العربية تحتل مراتب متدنية للغاية في كل التقارير الدولية عن حرية الإعلام.

ولعل أهم سمات التشريعات الإعلامية العربية من الخليج إلى المحيط هي:-

١- اعتماد أغلب التشريعات الإعلامية العربية على التشريعات والقوانين التي صدرت في العصر الاستعماري، لدرجة أن القوانين التي وضعها المستعمر في دول مثل مصر وسورية والعراق والمغرب العربي ظلت المرجعية التي اعتمد عليها المشرع في مرحلة التحرر الوطني، كما استمر العمل ببعض تلك القوانين الاستعمارية، والمفارقة أن بعض هذه القوانين تعتمد على القانون الفرنسي الصادر عام ١٨٨١، وقانون الصحافة في مصر عامي ١٨٨٢، ١٩٣٦.

٢- عدم توازن التشريعات الإعلامية من زاويتين، الأولى أن قواعد التشديد والمنع والرقابة السابقة واللاحقة على المواد الإعلامية المنشورة تفوق بكثير حرية الرأي والتعبير وحقوق النشر، والثانية الفجوة بين النص والتطبيق فيما يتعلق بحرية الإعلام، وحرية الإعلاميين، وحقوقهم في الحصول على المعلومات، فالنصوص القانونية الخاصة بالحصول على موافقة السلطات لإصدار صحيفة، يجري تفعيلها في دقة وحزم، وكذلك التقييد والمنع، بل والمصادرة، بينما يجري بشكل ممنهج -إداريًا وقضائيًا- عدم الالتزام بالنصوص القانونية التي تنص على حرية الصحافة والإعلام.

٣- التفاوت الكبير بين التشريعات الإعلامية العربية الخاصة بالصحافة المطبوعة، والإعلام السمعي البصري، فقد حظيت الأولى بكثير من النصوص التي تتعلق بتنظيم إصدار الصحف وإدارتها وحرية النشر والقيود المفروضة عليها، بينما غاب هذا الاهتمام بالنسبة للإعلام السمعي البصري الذي نشأ في كنف الحكومات، وخضع لاحتكار الدولة على كافة المستويات، وبالتالي أدركت الدولة أنه لا حاجة لسن قوانين تفصيلية لتنظيم الإعلام المرئي والمسموع، فهو تابع لها، بل أحد أدوات الدولة لترويج سياستها وتحقيق الإذعان الطوعي للمواطنين، كما أنه أحد

أدوات السياسة الخارجية، وبالتالي تعاملت الدولة مع القطاع السمعي البصري باعتباره مسألة أمن قومي، لكن هذه الأوضاع تغيرت نتيجة تطور تكنولوجيا الإعلام والبث الفضائي ثم ظهور الإنترنت، حيث انتهى احتكار الدولة للمجال السمعي البصري.

٤- أدى انتهاء احتكر الدولة للإعلام، وانتشار الإنترنت والإعلام الجديد لتعميق أزمة التشريعات الإعلامية العربية، والتي بدت قديمة وعاجزة عن ملاحقة التطور الهائل في بيئة الاتصال والإعلام، فثمة نصوص قانونية معمول بها أو مستوحاة من نصوص تعود للقرن التاسع عشر!!، وتعالج أوضاعاً تجاوزتها تكنولوجيا الإعلام، ومواثيق حقوق الإنسان والاتفاقيات الدولية الخاصة بحرية الرأي والتعبير وحق الحصول على المعلومات، ولعل ما يلخص خصام وتناقض التشريعات الإعلامية مع الواقع الإعلامي الجديد هو عدم إصدار معظم الدول العربية تشريعات لتنظيم البث الفضائي، وحقوق وواجبات المستخدمين لفضاء الإنترنت وتطبيقات الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، من هنا تعرض كثير من المدونين العرب للملاحقة القضائية، وصدرت بحقهم أحكاماً تستند إلى القانون الجنائي، كما ظهرت العديد من التوترات السياسية والإعلامية بين حكومات عربية حول ما تقدمه بعض مواقع الإنترنت والقنوات الفضائية، وقامت بعض الدول بالتشويش والمنع في سوابق إعلامية يندر وجودها في العالم.

٥- أصدرت خمس دول عربية فقط -من بينها دولتان تفرضان رقابة على الإنترنت- قوانين لتنظيم استخدام الإنترنت، من زاوية الحفاظ على حقوق الاتصال وواجبات المستخدمين وحماية حقوق الملكية الفكرية، لكن هذه الدول -باستثناء تونس بعد الثورة- توسعت في فرض القيود على مستخدمي الإنترنت والإعلام الجديد، بما فيها عقوبة السجن، ويبدو هذا الوضع طبيعيًا في ضوء تخوف النخب الحاكمة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأدوات للحشد والتعبئة السياسية على غرار ما حدث في الثورات العربية.

٦- تستعمل التشريعات الإعلامية العربية مجموعة متشابهة من الوسائل الرقابية تتسم بالغموض وعدم الشفافية؛ لذلك فقد استخدمتها السلطات للحد من حرية الفكر والتعبير وحرية الإعلام، ومن أهم هذه الوسائل:

أ- ضرورة الحصول على ترخيص من السلطات يُمنح عادة بعد استطلاع آراء الأجهزة الأمنية وموافقتها، وتُمنح غالبًا التراخيص بإصدار صحف -ومنذ التسعينات قنوات فضائية- للأحزاب ولرجال أعمال مقربين من الدولة، ومن النادر منح تراخيص لأفراد عاديين أو شركات تعاونية، مما سمح بظهور صحف وقنوات تابعة لرجال أعمال -نموذج مصر وسوريا وتونس- وأشكال من تركيز الملكية في الإعلام تهدد حرية الإعلام وتربطه إما بالدولة أو بمصالح مجموعات ضيقة من رجال الأعمال، كما هو الحال في بعض الشبكات الإعلامية الخليجية التي تعمل على نطاق عربي.

ب- الاعتماد على معايير ملتبسة وغامضة في تحديد هامش الحرية المتاحة، مما يسمح بتفسيرها وتأويلها بحسب مصلحة الحكومة واتجاهات القضاء غير المستقل في كثير من الدول العربية، ولعل أشهر هذه المعايير عدم المساس بأمن الدولة، والحفاظ على الأمن العام والأخلاق العامة والوحدة الوطنية، وازدراء الأديان.. إلى آخر تلك المفاهيم الغامضة.

ج- فرض قيود على حرية العمل النقابي للعاملين في الصحافة المطبوعة وحرمان العاملين بالإعلام المرئي والمسموع في معظم الدول العربية من هذا الحق. وتجدر الإشارة إلى أن دول الخليج تمنع ظهور نقابات للإعلاميين أو لغيرهم وتسمح فقط بظهور جمعيات للعاملين في الصحف المطبوعة.

٧- على عكس التطور التشريعي في العالم فإن معظم الدول العربية تتمسك في تشريعاتها بفرض عقوبات قاسية تمثل انتهاكًا صارخًا لحرية الرأي والتعبير وحرية الإعلام،

مثل إلغاء ترخيص الصحافة، والمنع من مزاولة المهنة، والسجن، للإعلاميين أو أصحاب الرأي ممن وقعوا في مخالفات لقانون الصحافة والإعلام، والذي يعتمد كما سبقت الإشارة على مفاهيم ومعايير غامضة وقابلة للتأويل والتوظيف السياسي ضد المعارضين للحكومة، وكانت الأمم المتحدة قد طالبت عام ٢٠٠٠ بإلغاء عقوبة الحبس على الإعلاميين فيما عدا الجرائم المتعلقة بالعنصرية والدعوة للعنف.

والغريب أن الحكومات العربية لا تكتفي بالقيود والعقوبات الواردة في التشريعات الإعلامية ومن بينها الحبس، وإنما تستخدم أيضاً مواد القانون الجنائي في محاكمة المتهمين في قضايا تتعلق بحرية الرأي والتعبير وحرية الإعلام، وتضيف دولتان عربيتان نصوص الشريعة الإسلامية إلى هذه المحاكمات.

هكذا يتعرض أصحاب الرأي والإعلاميين لعقوبات متنوعة لأسباب كثيرة، مثل الإضرار بالصالح العام أو إذاعة أخبار كاذبة، بينما يمارس كثير من المسؤولين الكذب الممنهج عبر وسائل الإعلام ويضللون الرأي العام، ولا يخضعون للمحاكمة بالقوانين نفسها، بالرغم من تماثل الفعلين، وزيادة المخاطر الناتجة عن نشر المسؤولين لأخبار كاذبة.

٨- لم تصدر الدول العربية - باستثناء الأردن وتونس بعد الثورة - قوانين خاصة بحقوق المواطن في الحصول على المعلومات، وإلزام الهيئات العامة بالشفافية وإتاحة المعلومات، وحتى الدول التي أصدرت هذا القانون لم تُفَعِّلْهُ لأسباب كثيرة ولاشك أن عدم إقرار قانون حرية المعلومات والذي دعت إليه موثائق وعهود دولية كثيرة، يتعارض وحقوق الاتصال والقدرة على ممارسة هذا الحق، والذي يعتبر حقاً أصيلاً من حقوق الإنسان، وتجدر الإشارة إلى أن هناك ٩٠ دولة تطبق هذا القانون، منها السويد والهند وتركيا وأوغندا وزيمبابوي وإسرائيل، وتعد السويد وفنلندا من أقدم الدول التي لديها هذا الحق، وهي من أقل الدول التي يوجد بها فساد في العالم، مما يثبت العلاقة بين حرية تداول المعلومات ومكافحة الفساد.

مجمل السمات السابقة للتشريعات الإعلامية تكشف عن فلسفة من المنع والردع والمصادرة والحظر تسيطر على المشرع، والذي يعكس في الغالب رغبات ومخاوف النخب الحاكمة، لكن هذه الفلسفة لابد أن تتغير من أجل الصالح العام لأغلبية المواطنين في المجتمع، فاحترام حقوق الإنسان، وتفعيل دور الإعلام في الرقابة المجتمعية والإصلاح الديمقراطي، هي شروط ضرورية لتحقيق النفع العام ونهضة المجتمع، وأعتقد أن عملية تغيير التشريعات الإعلامية العربية القديمة والبالية، والتي تنتمي لعصر ما قبل الإنترنت، قد بدأت وتواكبت مع ثورات الربيع العربي، فقد أصدرت تونس بعد ثورتها الرائدة قانونين جديدين للإعلام المرئي والمسموع، ألغيا عقوبة حبس الإعلاميين أقرا الحق في الحصول على المعلومات، ورغم بعض الملاحظات على القانونين إلا أنهما خطوة متقدمة ومطلوبة من كل الدول العربية، للسير على طريق قيام نظام إعلامي عربي جديد، يستند إلى قوانين وتشريعات تحترم حقوق الإنسان، والمعايير الدولية الضامنة لحرية الرأي والتعبير، وحرية الإعلام، والحق في المعلومات، ضمانًا للشفافية والرقابة الشعبية.

\*\*\*



## ثانياً: هل يهيمن الإعلام الخليجي

### على النظام الإعلامي العربي؟

في السبعينات من القرن الماضي تطورت وسائل الإعلام الخليجية تطوراً كبيراً، حتى إنه يمكن اعتبار تلك الحقبة البداية الحقيقية للإعلام الحديث في منطقة الخليج، ثم جاءت حرب الخليج الأولى وتطور تكنولوجيا البث الفضائي، لتشكل علامة فارقة في تطور الإعلام الخليجي، مكنته من السيطرة على الإعلام العربي، من خلال التمويل والإعلان والإدارة، ومن ثم إنتاج الخطاب، فإلى أي مدى تصدق هذه المقولة؟

في البداية تجدر الإشارة إلى أن معظم دول الخليج لم تعرف وسائل الإعلام الحديثة منتظمة الصدور إلا بعد الحرب العلية الثانية، كما بدأت محطات التلفزيون في دول الخليج - باستثناء التلفزيون القطري - على أيدي مجموعة من الشركات الغربية والأفراد، وكان بعضها قد بدأ البث منذ الخمسينات بينما تأخر البعض الآخر إلى السبعينات، وكانت معظم المواد في هذه المرحلة من السيطرة الأجنبية - تذاع باللغة الإنجليزية، وتتكون من الأفلام والعروض الأمريكية، إذ أن أغلب البث كان موجهاً إلى الأجانب المقيمين بالمنطقة وخاصة الأمريكيين منهم.

على مستوى آخر، كان للإذاعات الأجنبية الناطقة باللغة العربية - كإذاعة لندن وصوت أمريكا ومونت كارلو وإذاعة إيران - حضوراً وتأثيراً ملحوظين، إضافة إلى الإذاعة المصرية، كما كانت النخب المتعلمة في الخليج تتعرض لمجموعة واسعة من الصحف والمطبوعات المصرية واللبنانية والأمريكية والبريطانية.

لكن سرعان ما تطورت وسائل الإعلام الخليجية منذ السبعينات من القرن الماضي تطوراً كبيراً، خاصة بعد استقلال دول الخليج، وتسارع عمليات بناء الدولة الحديثة - والتنمية، نتيجة الحصول على سعر عادل للنفط. وتعمل أجهزة الإعلام الخليجية -



ورغم الملكية الخاصة للصحافة- في ظل النظرية السلطوية للصحافة، باستثناء الصحف الكويتية المطبوعة، وتتولى الحكومات الخليجية، ممثلة في وزارة الإعلام أو هيئة حكومية، ملكية أو إدارة وسائل الإعلام.

وعانت دول الخليج كغيرها من دول الجنوب من الآثار السلبية للتبعية الإعلامية والتدفق غير المتوازن للأخبار والمعلومات، ففي المرحلة الأولى لنشأة الإذاعة والتلفزيون كانت معظم البرامج أجنبية أو مصريه أو سورية، وكان الإنتاج الخليجي محدودًا وضعيف المستوى كما أن وكالات الأنباء المحلية ظلت ضعيفة وتابعه للدولة. في هذا السياق تحدث بعض الباحثين الأجانب عن علاقات تبعية إعلامية أو استعمار ثقافي جنوبي -جنوبي تتمثل في التدفق غير المتوازن من مصر ولبنان وسوريا إلى الدول العربية خاصة دول الخليج، ومن الهند إلى جيرانها، حيث كان للإذاعة المصرية والأفلام المصرية تأثير كبير في الدول العربية حتى السبعينات، وتواصل هذا التأثير من خلال أفلام ومسلسلات التلفزيون المصري والسوري.

ومع الإقرار بتفوق الإنتاج الإعلامي المصري وانتشاره في الدول العربية، إلا أنه لا يمكن مقارنته بالتدفق الإخباري غير المتوازن من الشمال إلى الجنوب، كما يصعب مقارنته بالإنتاج الثقافي الأمريكي، حيث أن الإنتاج المصري يظل في إطار نفس المنظومة الثقافية العربية الإسلامية، كما أن إنتاج وتداول الأخبار العربية والعالمية ظل حكرًا على وكالات الأنباء الكبرى والشركات الإعلامية متعددة القوميات.

ومع حرب الخليج الثانية تكشفت حقائق جديدة في منطقة الخليج والعالم، فقد اعتبرت الحرب -كما يقول حامد مولانا- بمنزلة عصر جديد في هيمنة الاتصالات، وتحولت من نظام دعائي جزئي إلى نظام دعائي كامل محوره التلفزيون، كما أحدثت الحرب تبدلات في البيئة الثقافية والسياسية والإعلامية لدول الخليج، ورفعت نتائج الحرب من الوعي الذاتي لوسائل الإعلام المحلية والإقليمية، ودفعتها إلى إدراك الفرص الهائلة في مجالاتها- وكذلك مسؤولياتها تجاه مجتمعاتها.

هكذا كانت حرب الخليج بداية التطوير في أجهزة الإعلام الخليجية، لكن تطور تكنولوجيا الاتصال، خاصة البث المباشر عبر أقمار الاتصال والذي تزامن مع نهاية حرب الخليج، كان بمثابة محفز قوي ساعد على سرعة التطوير، ثم جاءت العولمة في التسعينات لتسارع وتطور من عمليات تطوير أنظمة الإعلام الوطنية في منطقة الخليج، وقد كان التطور في مجال البث التلفزيوني مبهراً، حيث ظهرت مجموعات استثمارية قوية ترتبط بعلاقات تحالف أو تعاون مع الأنظمة الحاكمة، ومن ثم شجعتها الأخيرة على إطلاق قنوات فضائية متنوعة تعمل بنظام الاشتراك وقنوات أخرى مفتوحة، كما تعاضم دور هذه المجموعات في ملكية وتمويل الكثير من الأشكال والمضامين الغنائية والدرامية، التي خضعت لشروط تجارية وسياسية تعكس مصالح المنتجين، منها عدم تناول قضايا سياسية نقدية مباشرة، وإشراك فنانين من أقطار عربية عديدة، وذلك لضمان الانتشار والقبول الجماهيري على المستوى العربي.

ثم ظهرت قناة الجزيرة لتقدم نموذجاً جديداً في الأداء الإعلامي والمهني رفيع المستوى، اتسم بقدر كبير من الاستقلال والموضوعية في التغطية الإخبارية، وذلك رغم اعتمادها على تمويل حكومي، الأمر الذي أكسبها مصداقية واسعة بين الجمهور، وقدرة أكبر على التأثير في تشكيل الرأي العام، وقد أجريت الكثير من البحوث والدراسات عن قناة الجزيرة وما أحدثته من تأثيرات سياسية وإعلامية في المنطقة العربية، إلا أن ما يهمنا هنا أمرين:

- الأول: تعاضم دور قناة الجزيرة في تشكيل الرأي العام الخليجي والعربي من خلال تقديم خطاب إعلامي عربي يتسم بالتعددية والتسامح مع الآراء المعارضة.

- الثاني: أن العديد من الأطراف العربية والدولية -القوى الإقليمية والدولية التي لها مصالح في المنطقة العربية- نظروا إلى الجزيرة باعتبارها نموذجاً إعلامياً قادراً على التأثير وتشكيل الرأي العام، وبالتالي يجب الاقتداء به أو منافسته، أو على الأقل تقليده.

والفرضية الأولى التي أطرحها هنا: أن حالة التنافس مع الجزيرة والتي تحركها أحياناً عوامل سياسية أو تجارية قد أفادت صناعة الإعلام الخليجي، بل والعربي أيضاً، فقد دفعت دول عربية وإقليمية وأجنبية إلى تخصيص ميزانيات أكبر للإنفاق على قنوات تليفزيونية أرضية وفضائية، وفق معايير مهنية وتكنولوجية عالية، وقد ساعد التطور التكنولوجي في السنوات العشر الأخيرة، إضافة إلى أحداث سبتمبر والدعوة إلى الإصلاح السياسي في المنطقة، ثم احتلال العراق وسحونة الأحداث في المنطقة إلى مزيد من الإنفاق على صناعة الإعلام، في هذا السياق يمكن تفسير ظهور قنوات (العربية، والحرّة، وروسيا اليوم، وفرنسا ٢٤، والمنار).

والفرضية الثانية: أنه يصعب تحليل أو دراسة الإعلام الخليجي في هذه المرحلة منفصلاً عن الإعلام العربي، فالبث الفضائي ومواقع الإنترنت الخليجية تستخدم على نطاق عربي، كما أن قطاعاً كبيراً ومؤثراً من العاملين في صناعة الإعلام الخليجي هم من جنسيات عربية غير خليجية، من جانب آخر فإن قناتي الجزيرة والعربية وغيرهما من القنوات الخليجية ومواقع الإنترنت والصحافة الخليجية -خاصة التي تعمل من أوروبا- تعمل على أساس عابر للحدود العربية Pan Arab، وعلى أسس مهنية احترافية.

وهنا قد يدعي البعض أن هناك عدم توازن في تدفق الأخبار والمعلومات بين الدول والشعوب العربية، وأن التدفق يجيء لمصلحة دول الخليج، وهي تقريباً الأطروحة نفسها التي واجهت حالة تدفق الإعلام المصري إلى الدول العربية، لكنها أطروحة فاسدة من عدة جوانب ولا تصمد أمام نقاش علمي جاد. فالتدفق كما سبق وأشرت يجري في إطار ثقافي واحد ومنظومة قيمية متجانسة. فضلاً عن التعاون والتمازج بين القائمين على الاتصال من جنسيات عربية مختلفة، كذلك فإن الإعلام الخليجي -كما كان حال الإعلام المصري في المرحلة الناصرية مع وجود اختلافات بينهما- سعى إلى التطوير والانتشار، في محاولته للدفاع عن مصالحه السياسية وثقافته الوطنية. في مواجهة التدفق غير المتوازن للأخبار والمعلومات في البيئة الدولية.

خلاصة القول إن التدفق الإعلامي داخل نظام الإعلام العربي يشهد تحولات مهمة في اتجاه زيادة دور ومكانة وسائل إعلام خاصة وحكومية خليجية، ومثل هذا التحول يمكن النظر إليه في ضوء تبادل الأدوار الثقافية والإعلامية بين الدول العربية داخل منظومة الثقافة والقيم العربية، والنظام الإقليمي، وهي ظاهرة عرفها التاريخ العربي عندما كان مركز النقل والتأثير الثقافي والعلمي ينتقل من دمشق إلى بغداد ثم إلى القيروان وإلى القاهرة، وبغروت وهكذا.. دون الشعور بمخاطر أو هيمنة إحدى العواصم على الثقافة العربية، ومن ثم يصعب التسليم بمقولة الهيمنة الإعلامية الخليجية، إذ تنطوي على تعميم مخل، خاصة في ظل تناقضات واختلافات خطاب العديد من الفضائيات العربية، وفي ظل حالة التنافس وربما الصراع بينها.

ويمكن القول بأن حالة التنافس والصراع تقود إلى تنوع مرغوب فيه في الخطاب الإعلامي الخليجي والعربي، لكن هذه الوضعية تثير إشكاليات عديدة أهمها إشكالية المصداقية في الخطاب الإعلامي الخليجي، وإشكالية مدى قدرة وسائل الإعلام الخليجية على الحفاظ على حريتها واستقلالها بعيداً عن قيود وضغوط التمويل الحكومي أو التمويل من الإعلانات والتي تسيطر عليه شركات متعددة الجنسيات، في هذا السياق يمكن رصد ما يمكن تسميته بتصدير الخطاب النقدي، وأقصد به أن بعض الفضائيات الأكثر تأثيراً في المجال العام العربي، تنتج خطاباً نقدياً يتصدى بحرية وجسارة إلى كثير من القضايا العربية الخاصة بالإصلاح السياسي والاجتماعي، لكن دون مناقشة هذه القضايا في إطار الدولة التي تمولها أو تديرها.

وأخيراً هناك إشكالية تقديم مصامين قادرة على الحفاظ على الهوية الثقافية العربية -بكل تجلياتها القطرية والجهوية- وتطويرها، في مواجهة فيض الصور والمضامين الثقافية الأمريكية، وتكتسب الإشكالية الأخيرة أهمية كبيرة في ضوء أن بعض الفضائيات ومجموعات الصحف الخليجية تميل نحو تعريب أو تقليد مضامين ثقافية أمريكية، كما

أن بعض المجموعات الإعلامية الكبرى تمارس أشكالاً متنوعة من الاحتكار والمنع، فضلاً عن فرض قيود على تمويل إنتاج وتداول الأغاني والأفلام والمسلسلات.

\*\*\*

### ثالثاً: دور الإعلام في تنمية المشاركة السياسية

رغم أهمية دور الإعلام في تنمية المشاركة السياسية، إلا أن الدراسات الإعلامية في مصر والوطن العربي لم تمنح هذا الموضوع الأهمية التي يستحقها، سواء من حيث الكم أو النوع. فأغلب ما أنتج من دراسات وقعت تحت تأثير اتجاهين متعارضين، لكنهما اشتركا دون اتفاق على الخلط بين الدعاية والإعلام، والاهتمام بموضوع توظيف الإعلام في تنمية المشاركة السياسية، دون رؤية معرفية واضحة، فضلاً عن الطبيعة الموسمية لطرح الموضوع والتي ترتبط فقط بمواسم الانتخابات والاستفتاءات.

الاتجاه الأول: يمنح مشروعية كاملة لاستخدام وسائل الإعلام في حشد وتعبئة المواطنين للمشاركة في الحزب الواحد الحاكم، أو في منح التأييد والمبايعة للحاكم العربي في الاستفتاءات الشكلية على تجديد رئاسته، أو للموافقة الجماعية على تعديل في الدستور أو القانون غالباً ما يأتي لدعم سلطات الحاكم العربي أو الجهاز التنفيذي، ومثل هذه الدراسات أغفلت مساوئ الرأي الواحد، وحقوق المواطنين في معرفة الحقائق والآراء المعارضة، وغلطت بين واجبات الإعلام ووظائف الدعاية، وحرصها على كبت أو إهمال الآراء المعارضة، وتحقيق المسايرة والدعم للحكومة، بغض النظر عن تقديم الحقائق ووجهات النظر المختلفة. ويمكن القول إن هذه الدراسات لم تميز بوضوح بين الإعلام والدعاية، بل إنها ذاتها صارت جزءاً من آلة الدعاية الحكومية.(١)

الاتجاه الثاني: عبرت عنه العديد من الدراسات الحديثة التي واكبت التحرك العام في مصر والوطن العربي نحو الإصلاح السياسي ونشر ثقافة الديمقراطية والمواطنة، حيث ركزت هذه الدراسات على واجبات الإعلام في تفعيل مشاركة المواطنين في الحياة العامة، سواء من خلال العمل الحزبي أو النقابي أو المساهمة في أنشطة المجتمع المدني، وقد انطلقت هذه الدراسات من فرضية أن ضمان حرية الإعلام وتنوع وزيادة الرسائل

الإعلامية الداعية للمشاركة السياسية وضرورتها -باعتبارها حق وواجب وطني وأحد أهم منظومة حقوق الإنسان- من شأنه أن يرفع وبشكر منطقي من نسب ومعدلات وعي ومشاركة المواطنين، وفي ضوء ذلك تدعو هذه الدراسات إلى حماية حرية الإعلام والإعلاميين، والالتزام بالمعايير المهنية في الأداء الإعلامي، والتوسع في إصدار الصحف ووسائل الإعلام المحلية، وخصخصة وسائل الإعلام (٢).

إن هذه الفرضيات والتي اعتنقها الباحثون الأوائل في دراسات الاتصال أمثال (ليرنير وباي وروجرز وشرام وفراي)، وأكدت على الدور البالغ للإعلام في التنمية الوطنية الشاملة- بما في ذلك التنمية السياسية، أصبحت مثار نقد متزايد (٣). من هنا وقعت الدراسات العربية، رغم جدية بعضها وأهميته، في أخطاء المبالغة في تصوير دور الإعلام في تفعيل المشاركة السياسية، بل وأحياناً الرهان عليه كمتغير وحيد في نشر الوعي بالديمقراطية وبواجبات المشاركة السياسية، وهكذا أغفلت دور بقية المتغيرات والعوامل الاجتماعية والثقافية، بل والسياسية والأمنية، والتي قد تعرقل دور الإعلام في تنمية المشاركة السياسية، وتحوله إلى مجرد خطاب نظري يستقبله المواطنون ويتعرفون عليه جيداً، دون قدرة حقيقية على ممارسة هذا الخطاب في أرض الواقع، نظراً لوجود كثير من القيود الاجتماعية والسياسية، بل والأمنية، التي تحول دون مشاركة المواطنين.

من جهة أخرى فإن بعض الدراسات العربية عن دور الإعلام في التنمية السياسية ركزت على الجوانب الإيجابية لهذا الدور، وأغفلت إمكانية التلاعب بوسائل الإعلام لصالح بعض النخب والشرائح الاجتماعية المسيطرة والمتحالفة مع سلطة الدولة، وبالتالي فإن هذه الدراسات لم تميز بين الدعاية والإعلام، كما لم تفرق بوضوح بين ما ينبغي للإعلام المصري القيام به في نشر ثقافة المشاركة، وبين ما يجري في أرض الواقع، ويحول بعض الممارسات الإعلامية إلى ساحة للسجال السياسي والتوظيف الحزبي الدعائي.

## إعلام أم دعاية:

وحتى لا تختلط المفاهيم والأدوار أشير بداية وبكلمات موجزة إلى أن الدعاية هي التي تسعى إلى نشر مبدأ أو أفكار معينة، من خلال استخدام الرموز والصور والإيحاءات والتلاعب بالمشاعر والعواطف، ويتضمن ذلك بطبيعة الحال التأثير في الجمهور، أما التعليم فهو عملية نقل للمعرفة والمهارات، لكن هذه العملية -التعليم- تتأثر أيضًا بالأيديولوجيات والنظم الاجتماعية والسياسية القائمة، فالتعليم في مجتمع ديمقراطي يختلف عن التعليم في مجتمع شيوعي أو شمولي، وحتى الآن لا يوجد تمييز دقيق بين التعليم والدعاية، أو بين الدعاية والإعلام، أو بين الدعاية والإعلان، وإن كان أغلب الباحثين يعتبرون الإعلان هو الشكل الحديث للدعاية في المجتمعات الرأسمالية.

ويرى (بنجامين جينسبرج) أن الدعاية هي المحاولة المتعمدة والمنظمة لتشكيل المردكات والتلاعب بالمعارف والسلوك المباشر وتحقيق استجابة متوقعة وفق رغبة أو أهداف رجل الدعاية (٤). بينما يعرف (بوجارت Bogart) الدعاية بأنها فن يتطلب موهبة خاصة، فهي ليست عملية آلية، بل عمل علمي، فالتأثير في الاتجاهات يتطلب خبرة ومعرفة واسعة لدى رجل الدعاية، الذي يجب أن يكون لديه حس ومعرفة لما يفكر فيه الجمهور وردود أفعاله (٥).

وهناك تعريف آخر مشترك لـ (برت كانس ورونسن) يرى أن الدعاية هي أساليب الإقناع الجماهيري، والتي تميز المجتمع ما بعد الصناعي، والثابت أن هذا التعريف يمثل اتجاه واسع بين الباحثين يرى أن جوهر الدعاية والإعلان هو الإقناع، فكل دعاية أو حتى إعلام يهدف إلى إقناع الجمهور بفكرة أو شيء ما، كذلك فإن الإعلان يهدف إلى إقناع الجمهور بسلعة أو خدمة ما أو حتى انتخاب رئيس جديد.

ويعرف الإقناع بأنه العملية المستمرة والمعقدة للتفاعل الذي يربط بين المرسل والمستقبل،



من خلال رموز لفظية وغير لفظية، يقوم خلالها القائم بالإقناع (القائم بالاتصال) بمحاولة التأثير في الشخص أو الجمهور المستهدف، لإقناعه بشيء، من خلال تغيير اتجاهه أو سلوكه، والإقناع عادة يعني التأثير الناجح، ويتطلب ذلك أن يشعر المستقبل أن رغباته قد تحققت(٦).

مما سبق نخلص إلى أن تحديد مفهوم الدعاية مازال مثار جدل وخلاف بين الباحثين، على أساس أن الدعاية كمصطلح أو مفهوم ارتبط بمعاني ودلالات سلبية، يحاول كل باحث أو إعلامي التنصل منها، وقد أخفقت بحوث الاتصال والإعلام في التمييز بين الإعلام والتعليم والدعاية والإعلان؛ لأننا إذا قبلنا بمفهوم للدعاية ينص على أنها الجهود المنظمة والمقصودة بهدف تشكيل المدركات والتلاعب بالمعارف والسلوك لصالح أهداف يسعى إلى تحقيقها رجل الدعاية.. إذا قبلنا بهذا المفهوم، فإننا سنجد أنه يتضمن محاولة التأثير وتغيير الآراء والاتجاهات والسلوك، وهي أمور تدخل ضمن وظائف وأهداف الإعلام والتعليم والإعلان.

والإشكالية هنا أن تعريف الدعاية ارتبط من حيث النشأة والتطور والاستخدام بأحكام قيمية وأخلاقية غير متفق عليها، ومعرضة للاستخدام الجيد والردىء على حد سواء، حسب نوايا وأهداف رجل الدعاية، الذي يظهر في كثير من الأحيان في صورة من يدعي أنه رجل إعلام. ولذلك يمكن النظر إلى الدعاية والإعلام على وجه التحديد كمتصل أحد طرفيه الإعلام كعملية قائمة على نشر الأخبار والمعلومات والآراء المتعارضة بشكل متوازن وأقرب إلى الحياد والموضوعية، بينما تقع الدعاية على الطرف الثاني كعملية قائمة على التشويه والتدخل وحجب المعلومات والآراء أو تلوينها بحسب أهداف ومصالح الأشخاص والقوى الاجتماعية التي تتحكم في وسائل الإعلام وتسيطر عليها.

حيث يشكل الطرف الأول الإعلام في صورته المثالية أو النقية -أي ما يجب أن يكون عليه الإعلام، ممثلاً في نقل الحقائق والآراء المتعارضة بتوازن وحياد وموضوعية- بينما يمثل الطرف الثاني الدعاية في أوضح صورها أو ما يعرف بالدعاية السوداء، وبمقدار اقتراب أو ابتعاد الرسالة الإعلامية من أحد طرفي هذا المتصل يمكن أن نحكم عليها إذا

ما كانت تنتمي إلى الإعلام ثم الدعاية، وبغض النظر عن اختلاف أو اتفاق أهداف كل من الدعاية والإعلام والتعليم والإعلان، فإنها تعتمد على عمليات نفسية متشابهة، من بينها تغيير أو دعم الآراء والاتجاهات والسلوك، كما تهدف إلى تحقيق الإقناع، كما تعتمد على استخدام أنواع الاتصال ووسائل الاتصال الجماهيري.

#### الإعلام وتزييف المشاركة السياسية:

إن الطبيعة السياسية للإعلام كأداة للسيطرة الاجتماعية قد جعل من ممارسات الإعلام، بل وبحوث التأثير الإعلامي، ساحة للاستقطاب والصراع الأيديولوجي والسياسي والمهني، كما أدى إلى عدم الاتفاق على نظرية للتأثير الإعلامي، أو حتى مجرد الاتفاق على فرضية: هل وسائل الإعلام قادرة على إحداث التأثير؟ وحدود هذا التأثير، وعلاقة هذا التأثير -بافتراض حدوثه- مع مجمل المتغيرات والعوامل الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والسياسية والثقافية المحيطة بالفرد والمجتمع.

وتجسد العلاقة بين الإعلام والوعي السياسي والمشاركة السياسية نموذجًا للتوظيف السياسي والدعائي للإعلام في الصراع السياسي والاجتماعي في المجتمع. وانطلاقًا من مقولات المدرسة النقدية في الإعلام، أعتقد بضرورة الاهتمام بتناول قضايا دور الإعلام في تزييف الوعي السياسي، ومن ثم المشاركة السياسية، بنفس القدر من الاهتمام بدور الإعلام في تنمية ودعم المشاركة السياسية لدى المواطنين، أي أنه لا ينبغي التركيز فقط على ضمان حرية الإعلام وإيجابيات الدور الذي يمكن القيام به في تفعيل مشاركة المواطنين في الحياة العامة، وهي بلا شك عملية بالغة الأهمية ومطلوبة، ولكن الإشكالية هنا كيف يمكن حماية هذه الممارسات الإعلامية، بحيث تظل بعيدة عن سطوة الدول وسيطرة رجال الأعمال والنخب المهيمنة اجتماعيًا، وكيف يمكن أيضًا أن تعتمد دعوة المواطنين إلى المشاركة السياسية بكافة صورها على تقديم الحقائق والآراء المتعارضة بشكل متوازن، وبحيث لا تتحول حملات التوعية بالمشاركة السياسية إلى نوع من تزييف

الوعي أو الحشد الموسمي المؤقت للمواطنين، كي يخرجوا لانتخاب مرشحي الحكومة أو المعارضة في موسم الانتخابات، دون أن تتجاوز مشاركتهم السياسية عملية الاقتراع الآمن لصالح القوى المهيمنة. وتبرز أهمية تلك الإشكاليات في ضوء ما أثبتته كثير من الأبحاث والوقائع في مصر والعالم عن الدور المتعاظم التي تقوم به وسائل الإعلام، بما في ذلك وسائل الإعلام الجديد «New Media»، كالمصاحفة الإلكترونية ومواقع الإنترنت الإخبارية والاجتماعية في نشر الأكاذيب والترويج للصور المغايرة والزائفة عن الواقع وعن الآخر، وما ينجم عن ذلك من صراعات وحروب افتراضية وحقيقية، ويمكن الإشارة هنا إلى ما حدث من تضليل للرأي العام الأمريكي والبريطاني بشأن امتلاك العراق لأسلحة دمار شامل، وتجييش المشاعر الشعبية لدعم حملة غزو العراق، وكذلك ما يحدث دورياً في انتخابات مجلس الشعب من استخدام المرشحين لوسائل الاتصال والإعلام، كل في دائرته، لتقديم وعود دعائية سرعان ما يثبت كذبها بعد شهور قليلة من انتهاء العملية الانتخابية، أضف إلى ذلك تغيير كثير من المرشحين لصفتهن من مستقلين إلى نواب عن الحزب الحاكم بمجرد إعلان نجاحهم في انتخابات مجلس الشعب.

وأشير هنا إلى مصطلح انفرد به واشتهر به العالم الفرنسي (بيار بورديو) عند تناوله لقضية الرأي العام والديمقراطية والمشاركة السياسية، المصطلح هو «اغتصاب الحشود»، والمقصود به هو تلاعب القادة السياسيين والقوى السياسية وقادة الرأي العام بال جماهير وبالحشود لتمرير رسائل معينة وأجندة معينة لصناعة الرأي العام الذي يتناغم ويتناسق مع برامجهم.

وكلمة «اغتصاب» هنا كلمة تخرج عن إطار الإتيكيت والآداب والأخلاق، وهي مقصودة من قبل (بورديو) لأن الحشود في حقيقة الأمر تُغتصب وتُستعمل كأرقام ونسب مئوية لتمرير البرامج، والمصادقة على القوانين وغيرها من البرامج والمشاريع، فـ(بيار بورديو) لا

يعترف أساسًا بالرأي العام ولا يؤمن به، ويرى أنه مجرد وسيلة للإدعاء بالشرعية وبسلطة الشعب (٧). عدم اعتراف (بورديو) بالرأي العام هو موقف عام تتخذه المدرسة النقدية وممثليها، انطلاقًا من أن الرأي العام هو ما سبق وأن قدمته وسائل إعلام متحيزة من معلومات غير صحيحة وآراء متحيزة، تخدم مصالح القوى التي تمتلك أو تتحكم في وسائل الإعلام، وتفرض عليها ما تقدمه للمواطنين من أحداث وآراء.

لكن الرأي العام الحر هو الأساس المتين للديمقراطية، وهنا إشكالية التحول الديمقراطي في مصر والوطن العربي، حيث لا يوجد رأي عام واعي وقادر على الاختيار، وإذا وجد رأي عام فإنه إما مكبوت أو مقهور وغير قادر على التعبير الحر عن نفسه، ليس فقط بسبب السيطرة الحكومية على وسائل الإعلام، واستخدامها في تزييف وعي المواطنين تجاه القضايا والهموم الأساسية وخلق اهتمامات بديلة زائفة -معركة كرة القدم بين مصر والجزائر كمثال- بل بسبب وجود قيود كثيرة سياسية واقتصادية على ممارسة حقوق الرأي والتعبير والحصول على المعلومات، إضافة إلى حقوق وواجبات المشاركة السياسية (٨).

إن المشهد الإعلامي المصري، والذي يتفاعل ويتأثر بالفضائيات العربية، ويحفل بالتنوع وبآراء المتعارضة في الصحافة الورقية والإلكترونية وقنوات التلفزيون الفضائية الخاصة، قد يضعف من مقولة تزييف الرأي العام، وبأن الحكومة أو بعض القوى الاجتماعية قادرة على الهيمنة والتوجيه الإعلامي، خاصة مع وجود كثير من المواقع الإخبارية على الإنترنت، واستخدام بعض الناشطين سياسيًا لـ(الفيس بوك) وغيرها من المواقع التي تنجح في عملية الحشد والتشبيك الاجتماعي الافتراضي، إلا أن هذا التنوع يقتصر على الشكل ولا يطال المضمون، ولا يترجم إلى دائرة الفعل، أي المشاركة السياسية، وبالتالي فإن هذا التنوع قد يفرز أولاً: نوعًا من التزييف عبر التنوع في الشكل والوسائل والأشكال الإعلامية المستخدمة. وثانيًا: نوعًا من الاهتمام السياسي السلبي بالقضايا والأحداث

العامّة، دون أن يتحول هذا الاهتمام إلى سلوك أو مشاركة سياسية في أرض الواقع، نتيجة القيود القانونية والسياسية والاقتصادية المفروضة على المواطنين.

فالخطاب الإعلامي المصري، بما في ذلك ما تقدمه بعض الصحف القومية، يكشف وينتقد كثيراً من وقائع الفساد، كما يتابع الحياة الحزبية والبرلمانية باهتمام كبير، ويدعو للمشاركة السياسية، ولكن المواطنين يكتفون بالتلقي السلبي، أو مجرد التعاطف مع المظلومين دون الإقدام على أي فعل سياسي، أي أننا أمام نوع من الاهتمام السياسي أو ما يمكن تسميته المشاركة السياسية الافتراضية، من خلال شاشات التلفزيون أو مواقع الإنترنت، وأعتقد أن هذا الاهتمام السياسي غير المباشر يكتسب طابعاً هروبياً أو تنفيسياً.

#### الإعلام وثقافة المشاركة:

إن الخريطة الإعلامية والسياسية في مصر تفرز خطاباً إعلامياً يتسم بالتعدد والصراع، حيث تتعايش داخله خطابات متصارعة ومتنافسة، وأحياناً متعاونة، تنتجها قوى وفعاليات اجتماعية وسياسية لها مصالح وأيديولوجيات متعارضة، وضمن هذا التنوع من الطبيعي أن يحدث تداخل خطابي واستعارات مفاهيمية وتأويلات ومفاوضات بين الخطابات ومنتجيتها ومستهلكيها، وأن تتعايش وتتصارع أفكار الحداثة مع أفكار ودعوات سلفية، سواء كانت سلفيات دينية أو سياسية، كذلك من الطبيعي أن تعاد طرح أفكار وتصورات خاصة بالهويات أو حقوق المرأة والإصلاح السياسي والمشاركة السياسية وحدودها وتقدم تأويلات متناقضة، وذلك بحسب مصالح وتوجهات منتجي الخطاب، وبحسب الظروف والبيئات الاجتماعية والسياسية الداخلية والخارجية.

وأعتقد أن قضايا الإصلاح السياسي والمشاركة السياسية من أهم الموضوعات التي تناولها الخطاب الإعلامي في مصر خلال السنوات الخمس الأخيرة. لكن هذا التناول خضع للتوظيف السياسي سواء من الحكومة وأحزاب وقوى المعارضة، وبالتالي فقد غابت الرؤية الثقافية للموضوع، باعتبار أن الإصلاح والمشاركة السياسية ترتبط بمفهوم الثقافة

السياسية، والتي ينبغي التركيز عليها وترسيخها في إدراك ووعي المواطنين، بل وربما قبل ذلك ترسيخها في وعي وممارسات رجال الإعلام.

من الصعب الفصل بين المجالين الإعلامي والثقافي، فالثقافة هي وعاء عام يشمل الإعلام في كل مضامينه وأشكاله وصوره، وبالتالي فإن كل إعلام هو ثقافة، وكل ثقافة هي اتصال وإعلام، فالثقافة تحتاج إلى أدوات اتصال وتواصل لكي تتحقق مادياً ويكتب لها الانتشار في عصر ثورة الاتصال والمعلومات، من هنا يصح القول إن الخطاب الإعلامي مزيج من الثقافة بالمعنى الواسع للكلمة، رغم التوتر والصراع بين ثقافة الاستهلاك وثقافة الإبداع والإنتاج ضمن مكونات هذا الخطاب، في الوقت ذاته فإن الخطاب الإعلامي هو ممارسة سياسية واجتماعية بامتياز، من هنا فإن السياسي يحرص دائماً على توظيف الخطاب الإعلامي لتحقيق مصالحه، حتى لو كان ذلك على حساب القواعد المهنية ومواثيق الشرف الإعلامي، الأمر الذي أفقد الخطاب الإعلامي مصداقيته بين الجمهور.

وغلبة السياسي على الإعلامي هنا لها مستويات متعددة، أولها: أن السياسي بالمعنى العام للكلمة يمارس قيوداً معلنة وغير معلنة على الخطاب الإعلامي، والثاني: أن بعض الأشكال الرقابية التي تفرضها الحكومة، وتحديدًا على الصحف القومية والإذاعة والتلفزيون الحكومي، تؤثر بالسلب على عملية صياغة الخطاب نفسه، وتخلق تشوهات في بنيته، خاصة عندما يفكر منتجو الخطاب في هذه القيود أثناء عملية إنتاجه أو ينتجون الخطاب وفق مقاييس الرقيب.

ويعكس الخطاب الإعلامي كل توترات وصراعات السياسة والثقافة في المجتمع المصري، لكن الإشكالية أنه مشدود دائماً، ولدرجة التبعية للسياسة وللقيود التي تفرضها عليه الحكومة وأصحاب المصالح وشركات الإعلانات، بينما تمكن الخطاب الإعلامي في كثير من المجتمعات الغربية من الحفاظ على درجة من الاستقلال النسبي، فرضتها معايير مهنية وأخلاقية، فضلاً عن تحدي وسائل الإعلام الجديد، والتي تتيح لكل مواطن فرصاً متعددة للتعبير عن رأيه، أو نشر صور وأفلام تهدد محاولات فرض الصمت أو

تشويه الحقائق وحجب الآراء التي كانت وسائل الإعلام والحكومات في كل أنحاء المعمورة تمارسها بسهولة قبل عقدين من الزمان.

إن المطلوب:

أولاً: وقبل كل شيء عدم تحميل الإعلام ما لا طاقة له به، فالإعلام لن ينجح في تفعيل المشاركة السياسية، طالما بقيت ترسانة القوانين المقيدة للحريات والقيود السياسية والاقتصادية، فضلاً عن ضعف بنية الأحزاب وتراجع مصداقيتها.

ثانياً: ضرورة الاتفاق عبر الحوار والتفاوض بين الإعلاميين في كافة وسائل الإعلام الحكومية والخاصة وممثلي الأحزاب والقوى السياسية، على مفهوم وحدود المشاركة السياسية التي ينبغي تبنيها وحث الناس على تقبلها.

ثالثاً: التوصل إلى اتفاق بين وسائل الإعلام والعاملين حول أهمية وضرورة تقديم خطاب محفز وداعم للمشاركة السياسية، يتسم بالاستمرار والقدرة على تجاوز الخلافات السياسية والحزبية الضيقة، بحيث يلتزم بأعلى درجات المهنية في الأداء الإعلامي، مع محاولة حماية هذا الخطاب من محاولات التوظيف السياسي.

رابعاً: ضرورة صياغة ميثاق شرف إعلامي يشارك في صياغته كل العاملين في وسائل الإعلام الحكومية والخاصة، بحيث يغطي ما ينشر في الصحافة -الورقية والإلكترونية- والإذاعة والتلفزيون الحكومي والخاص، ويهدف هذا الميثاق إلى الارتقاء بلغة الخطاب الإعلامي، ويضع ضوابط للمنافسة الإعلامية، بحيث يراعي حقوق الجمهور في المعرفة، ويحترم خصوصية المواطنين والآداب العامة، ويميز بين الإعلام والدعاية والإعلان، ويضمن حقوق الإعلاميين في مواجهة المالكين لوسائل الإعلام.

وأعتقد أن التوصل إلى هذا الميثاق وتفعيله من شأنه أن يرتقي بمهنية الإعلام المصري، ومن ثم مصداقيته وقدرته على التأثير.

## المراجع:

- ١- انظر على سبيل المثال، نادية سالم، تأثير وسائل الإعلام على عملية المشاركة السياسية عند المواطن المصري- دراسة تجريبية على عينة من الريف، القاهرة، المجلة الاجتماعية، العدد ٣٠٢، مايو وسبتمبر ١٩٨٠.
- ٢- محمد سيد محمد علي عتران، دور الاتصال في عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، دراسة تطبيقية مقارنة بين قريتين مصريتين، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩١.
- ٣- فياض قازان، الإعلام والحدثة والتنمية في دول الخليج العربي، بيروت، ١٩٩٩، ص ٨٩.
- 4- Garth s. jowett, (1987) propaganda & communication, the re-emergence of research tradition, journal of communication, winter 1987, Vol.37. PP.97 – 114.
- 5-L. Bogart (1976) Premises for Propaganda, the united states information agency's operating in the cold war, New York, free pres, pp.195 – 196.
- 6 -Garth S. jowett, op.cit.
- ٧- محمد قيراط، اغتصاب الحشود وصناعة الرأي العام، صحيفة البيان الإماراتية، ٢ سبتمبر ٢٠٠٥.
- ٨- محمد شومان، إشكاليات قياس الرأي العام، مصر نموذجًا، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر،





## الفصل الثالث

### الإعلام المصري في ظل ثورة متعثرة ودولة عائدة



## أولاً: تحولات الإعلام المصري بعد الثورة

العلاقة بين الإعلام والثورة المصرية بالغة الثراء والتعقيد، فعلاقة التأثير المتبادل تبدو قوية وواضحة في كثير من المواقف، وملتبسة في بعض المواقف، وإجمالاً فإن تأثير الإعلام بالثورة أهم وأكبر من تأثير الإعلام في صنع الثورة، فقد ألغيت وزارة الإعلام، وعادت ثم ألغيت، وشهد الخطاب الإعلامي -القول والممارسة- بعد الثورة تحولات عميقة وواسعة تبشر بإنتاج وتداول خطاب جديد، ربما أكثر حرية، ولكنه أكثر إذعاناً للسياسة ولرأس المال، وأكثر ابتعاداً عن القواعد المهنية ومواثيق الشرف الإعلامي.

في عصر مبارك قدم الإعلام الخاص والحزبي -رغم كل القيود- خطاباً نقدياً ساعد في التمهيد للثورة، ومكن الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي الشباب من التواصل والحشد والتعبئة في العالم الافتراضي، والانتقال بقوة وحسم إلى أرض الواقع، الأمر الذي وسع من دائرة مستخدمي الإعلام الجديد، ودعم مشروعيته، ومنحه قوة تأثيرية كبيرة، خضعت لكثير من المبالغات، بوصفه أداة رئيسية للثورة وللتواصل والتأثير في الرأي العام. من هنا انشغلت عديد من الوزارات والهيئات في إطلاق صفحات خاصة على الفيس بوك، رغم أن نسبة الأمية الأبجدية والأمية الرقمية تزيد عن ٦٠٪ من إجمالي عدد السكان في مصر.

المبالغة في دور وسائل الإعلام الجديد، يقابلها حالة من الاستهانة بالإعلام الحكومي الذي يتكون من عشرات الصحف الحكومية، واتحاد للإذاعة والتلفزيون ييثر ٢٣ قناة تلفزيونية وعشرات من الإذاعات، ويعمل به حوالي ٤٣ ألف موظف وإعلامي!!، وقد تحولت هذه الآلة العملاقة في عصر مبارك إلى وحش دعائي، يتلاعب بعقول وعواطف المصريين، ويشن بشكل منتظم وممنهج حملات تشويه ضد حركات ورموز المعارضة، ومع بداية أحداث الثورة تجاهل الإعلام الحكومي ما يدور في أرض الواقع، وقام بتزييف

الحقائق والتلاعب بوعي ومشاعر المواطنين، وكانت تغطية الإعلام الحكومي بحكم التعود تابعة لحركة النظام السياسي، ومماثلة له في البطء والعجز، ومن ثم ذهب الخطاب الإعلامي الحكومي، كما ذهب النظام، إلى إنكار حدوث انتفاضة ٢٥ يناير، وشيطة الثوار، فهم عملاء ومأجورون!!.

واقصر الخطاب الإعلامي على إشارات محدودة للغاية وغير دقيقة عن تظاهر عشرات من الشباب؛ لذلك عندما سقط نظام مبارك جاء تحول الإعلام الحكومي إلى تأييد الثورة صادمًا وفاقدًا للمصداقية، ومثيرًا للشبهة المهنية والأخلاقية، فالإعلاميون أنفسهم الذين كانوا يهاجمون الثورة تحولوا خلال أيام بعد سقوط نظام مبارك إلى مؤيدين للثورة، بل ومنظرين لمسيرتها وللمخاطر التي تهدد نجاحها!!

سقط الإعلام الحكومي في امتحان المهنية والمصداقية أثناء الثورة، وما يزال غير قادر على تصحيح صورته وصورة الإعلاميين العاملين فيه، واستعادة قدرته التأثيرية، فقد فتحت الثورة ملفات الفساد المالي والإداري في الإعلام الحكومي، والتفاوت الهائل في الأجور بين العاملين في الإعلام الحكومي (ديون الإذاعة والتلفزيون حوالي ٢,١ مليار دولار)، وهيمنة مباحث أمن الدولة والحزب الوطني على سياسات الإعلام واختيار العاملين وترقيتهم، من هنا أصاب الارتباك الإعلام الحكومي فقد سقطت المنظومة الأمنية التي كانت تحركه وتوجهه، وبدا عاجزًا رغم تأييده للثورة عن فهم الأحداث وملاحقتها، فأغلب العاملين في الإعلام الحكومي تعودوا على تلقي الأوامر والتعليمات وتنفيذها، ولم يتعلموا أو مارسوا على الإطلاق حرية العمل الإعلامي وضرورة الالتزام بالمهنية.

وضاعف من حالة الارتباك قرارات خاطئة لحكومة الثورة أدت لتدهور الأداء الإعلامي، نتيجة غياب الرؤية وعدم الرغبة والقدرة على إحداث تغييرات حقيقية، من هنا استمرت أخطاء الإعلام الحكومي، فبالغ أحيانًا في استضافة تيارات سياسية على حساب تيارات أخرى، وتعجل في أحيان أخرى استعادة جماهيره فارتكبت تجاوزات مهنية غير مقبولة وتقوم على المبالغة ونشر الشائعات، لكن يظل الخطأ الأكبر هو محاولته

البحث عن سيد جديد ينافقه ويثبت له ولاءه، ووجد كثير من الإعلاميين هذا السيد في كيان المجلس العسكري والمشير طنطاوي رئيس المجلس العسكري الحاكم، لكن الرجل وللحق تجنب الظهور الإعلامي، رغم كثرة حفلات النفاق ومحاولات صناعة الفرعون في الإعلام الحكومي.

في المقابل بدا الإعلام الخاص والحزبي في صورة المنتصر، فأغلب القنوات والصحف أيدت الثورة أو قدمت تغطية متوازنة في حدود ما سمحت به قيود الرقابة الأمنية، وثمة مؤشرات عديدة تؤكد تفوق الإعلام الخاص والحزبي على الإعلام الحكومي فيما يتعلق بالانتشار والتوزيع والدخل من الإعلانات، والأهم في التغطية الإعلامية الأقرب للتوازن، لكن أغلب المؤشرات المتداولة تفتقر للدقة، كما أنها تظل مؤشرات خادعة، فهي تقارن بين إعلام حكومي بيروقراطي -ثبت فشله- وإعلام خاص يبحث عن الربح ويعكس مصالح سياسية واقتصادية لعدد من كبار رجال الأعمال في مصر سواء في عصر مبارك أو الثورة!!، لذلك يتورط الإعلام الخاص في كثير من ممارسات غير المهنية والبعيدة تمامًا عن موثيق الشرف الإعلامي، الأمر الذي يحتم ضرورة البحث الجاد في واقع ومستقبل الإعلام المصري الحكومي والخاص والحزبي، من منظور جديد يتماشى مع روح وأهداف ثورة ٢٥ يناير.

فمن غير المقبول أن يستمر الإعلام الحكومي تابعًا لسياسة الحكومة على حساب الصالح العام للمجتمع، ووفق قوانين قديمة صدرت في ظل نظام مبارك الاستبدادي، وقبل ظهور البث الفضائي والإنترنت، ومن غير المقبول أن تتبع القنوات الخاصة هيئة الاستثمار، وتعمل بدون قانون إعلامي، وبدون مدونات سلوك وسياسات تحريرية معلنة، وبدون موثيق شرف، ومن الغريب أيضًا ألا تكون هناك نقابة أو نقابات مستقلة تدافع عن حرية ومصالح العاملين في الإذاعة والتلفزيون الخاصة والعامة، ولا يمكن استمرار هذه الأوضاع في ظل عملية التحول الإعلامي، وإطلاق حرية إصدار الصحف والقنوات بدون الحصول على موافقات أمنية.



## ثانياً: تحولات الرأي العام المصري

قدمت ثورة يناير حالة نموذجية لدراسة نشأة وظهور رأي عام متحرر من الاستبداد والقمع البوليسي، فقد توافرت شروط المجال العام بحسب نظرية «هابرماس» الشهيرة، وتحولت ميادين الثورة والإعلام الجديد والقديم إلى ساحات لنقاش ديمقراطي حقيقي، ومشاركة جماهيرية واسعة، والأهم حرية التعبير عن المواقف والاتجاهات المختلفة، سواء من خلال القول أو الحشد والتعبئة ثم التظاهر السلمي.

لم يشهد تاريخ مصر المعاصر وعلى مدار أكثر من عامين هذه الحالة؛ لذلك يمكن القول بظهور وتبلور رأي عام واعي وحقيقي، حاولت بعض استطلاعات الرأي العام رصده وربما تشويهه، لكن ظل هذا الرأي العام الحر أحد أهم مكتسبات الثورة، وفي الوقت ذاته أحد مجالات الصراع بين قوى الحكم والمعارضة، فكل منهما يحاول السيطرة عليه وتوجيهه إلى صالحه، بوسائل أقلها مشروع، وأكثرها غير مشروع، بل وغير أخلاقي، من هنا يمكن أن نفهم:

أولاً: حملات الثوار ومدعي الثورة على ما يسمى بحزب الكنبه، والذي يمثل أغلبية المصريين الذين لا يشاركون لأسباب مختلفة في المظاهرات أو الأحزاب، لكن أعتقد أن هذه الأغلبية تمثل الجمهور المتابع للقنوات الفضائية وربما الفيس بوك، وشاركت وربما للمرة الأولى في حياتها في الانتخابات البرلمانية والرئاسية، وبالتالي لا يمكن التهوين من أهميتها، أو التقليل من وعيها السياسي.

ثانياً: حرص السلطة التنفيذية على القضاء على المجال العام أو تشويهه من خلال إصدار قوانين وفرض إجراءات من شأنها تقييد حرية الإعلام والإعلاميين، والقضاء على حرية التظاهر، والتضييق على الجمعيات الأهلية، وحصار وسائل الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي.



ثالثًا: القضاء على الطابع السلمي للثورة، والذي يعد أحد شروط تفعيل المجال العام؛ لأن السلمية ببساطة تضمن توسيع قاعدة المشاركين في النقاش العام والتظاهر السلمي، من هنا قد نفهم الطرف المستفيد من أحداث العنف التي شهدتها مصر بعد ٢٥ يناير وصولاً إلى العمليات الإرهابية في سيناء والمدن المصرية، ومن الممكن اليوم أن نفهم الأطراف المستفيدة من الأحداث التي وقعت في محمد محمود ومجلس الوزراء أثناء حكم المجلس العسكري (٢٠١١:٢٠١٢)، سبقها اعتداء على مقار الإخوان والحرية والعدالة، ثم مهاجمة الإخوان لمظاهري الاتحادية وحصار الدستورية، مما ولد في المقابل ممارسات عنف لدى بعض شباب الثورة، وأخيراً لابد من تحليل وفهم مسار العمليات الإرهابية بعد ٣٠ يونيو، ومن المستفيد في الداخل والخارج من استمرار هذه العمليات، بالرغم من عدم قدرتها على إسقاط نظام الرئيس السيسي.

رابعاً: الخلط المتعمد بين الدين والسياسة سواء في مواد دستور ٢٠١٢، والتوظيف السياسي للإسلام على يد جماعة الإخوان وحزب النور، واستمرار الأحزاب الإسلامية بعد ٣٠ يونيو من دون تنظيم عملها على أسس فصل الدين عن السياسة، واحترام الحريات العامة وحقوق المواطنة، ما يعني مزيداً من الاستخدام والتوظيف السياسي للدين (الثابت والمقدس) في الصراع السياسي (المتغير والمتلون)، الأمر الذي يقود إلى تشويه وتصفية المجال العام؛ لأن الدين وما يرتبط به من مشاعر وعواطف يؤثر بالسلب على موضوعية النقاش العام وعقلانية المواقف السياسية، لاسيما وأن أغلبية فصائل التيار الإسلامي تدعى أنها تمثل الإسلام أو على الأقل ترى أن رؤيتها وبرنامجهما السياسي الأقرب إلى الدين، ولاشك أن هزيمة الإخوان وتعدد الأحزاب ذات المرجعية الدينية سيقوض من كل هذه الادعاءات، ويفقدها المعنى والدلالة.

خامساً: التعارض بين التوظيف السياسي للدين والمجال العام مثار نقاش فكري طويل وممتد، لكن تكفي الإشارة إلى أن هناك بعض الآراء التي تشترط فصل الدين عن

السياسة لضمان تشكيل مجال عام حقيقي، وبالتالي ظهور رأي عام واع ويتسم بالعقلانية، ولكن من قال إن الرأي العام عقلائي دائماً، وأنا شخصياً من أنصار لاعقلانية الرأي العام في أغلب الأحيان، ومن أنصار إمكانية ظهور مجال عام، رغم الخلط بين الدين والسياسة، لأننا هنا إزاء خصوصية مجتمعية تختلف عن المجتمع الأوربي الذي ظهر فيه مفهوم المجال العام، صحيح أن المجال العام الذي تزامن مع ثورة يناير خلا من الشعارات الدينية والتوظيف السياسي للإسلام، لكن هذا الوضع تغير تدريجياً في ظل حكم العسكر والتفاهم بين العسكر والإخوان، برعاية واشنطن ورغبتها في تجريب الإسلام السني المعتدل في الحكم.

من هنا تنامي الحضور الديني في المجال العام، لكنه لم يقض على حيوية وتنوع المجال العام، وإن كان قد نجح في تشويحه من خلال دغدغة مشاعر قطاعات واسعة من المواطنين لانتخاب الإخوان والسلفيين في أول برلمان بعد الثورة، لكن حالة تشويه المجال العام وتزييف الرأي العام توقفت، واستعاد الرأي العام قدرته على التمييز بين السياسة والدين، فالإخوان والسلفيين لا يمثلون الإسلام، ولا يوجد انطباق بينهم وبين الإسلام، علاوة على افتقارهم للكفاءة والقدرة على إدارة الدولة وتقديم نموذج أخلاقي في العمل السياسي؛ لذلك انقلب الرأي العام عليهم في الانتخابات الرئاسية عام ٢٠١٢، حيث حصل مرشحو الإسلام السياسي على عدد من الأصوات يقل عن مرشحي القوى المدنية في الجولتين الانتخابيتين، وأعتقد أن أي انتخابات نزيهة لن تضمن فوز الإخوان والسلفيين بالأغلبية، كما أن أي استطلاع مستقل للرأي العام سيظهر تراجع شعبية خيار الإسلام السياسي.

\*\*\*



## ثالثاً: القوة الثورية للسلطة الخامسة

مع زيادة القوة المعنوية والرمزية للصحافة والإذاعة والتلفزيون تحدث العلماء في القرن الماضي عنها كسلطة رابعة، أما الآن فالحديث يدور منذ سنوات عن فضاء الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي (الميديا الجديدة) كسلطة خامسة، تختلف عن السلطة الرابعة وتنافسها، حتى أنها بحسب آراء بعض الخبراء قادرة خلال سنوات قليلة على إلغاء السلطة الرابعة، واحتلال مكانتها!!

السلطة الخامسة نجحت في تفعيل المراقبة المجتمعية على أداء السلطة التنفيذية والتشريعية والقضائية، أي السلطات الثلاث المعروفة، وقادرة أيضاً على تشبيك العلاقات بين فئات وقطاعات داخل المجتمع لديهم مصالح مشتركة، كما أن السلطة الخامسة نجحت في حشد الملايين في أوكرانيا وأسبانيا وفنزويلا ومصر وبقية دول الربيع العربي ضد الحكومات الاستبدادية وإسقاطها، والأدهى أن السلطة الخامسة تستطيع مراقبة السلطة الرابعة (الإعلام) وفضح سلبياتها.

إن السلطة الخامسة تتيح للمواطنين الحصول على الأخبار والمعلومات والآراء تمامًا كالسلطة الرابعة، لكن السلطة الخامسة تتيح للمواطن القدرة على التواصل الفوري والواسع المدى مع بقية المواطنين في بلده وفي دول العالم، أيضاً فإن آليات الرقابة والمنع أقل تأثيراً في فضاء الإنترنت مقارنة بفضاء الإعلام التقليدي (السلطة الرابعة)، طبعاً هناك رقابة على الإنترنت في بلد كبير مثل الصين، ولكن المدونيين والنشطاء قادرين على تضليل الرقابة والوصول بحرية للمعلومات والتفاعل مع الناس، من هنا عُرفت تكنولوجيا الإنترنت والتشبيك وتضليل الرقابة بتكنولوجيا الحريات، وهي تكنولوجيات متاحة ورخيصة وسهلة التعلم وسريعة الانتشار، من خلال عمليات التشبيك التي لا تنتهي، ولا يعرف أحياناً من أين بدأت؟ ومن أطلقها؟.

وكان عالم الاجتماع الأسباني مانويل «كاستلز Manuel Castell» قد تحدث باستفاضة عن الشبكات ودورها في المجتمع، وظهر ما يعرف بالمواطن الشبكي، والذي يرتبط بعدد من الشبكات المحلية والدولية، والأهم أن الظاهرة في بدايتها، أي أن هناك فرص هائلة لانتشار ونمو التشبيك والمواطن على الشبكة، والذي يبادل الواقع المادي بالواقع الافتراضي، وينتقل بينهما بسهولة، ما يثير تحديات من نوع جديد بشأن الحدود بين ما هو افتراضي وما هو حقيقي، وكيف ستكون العلاقة بين البشر، وما هو مفهوم التعليم والعمل وغيرها من المفاهيم والعمليات التي قامت عليها الحضارة الإنسانية؟ أسئلة صعبة.. وما يهمنا هنا هو كيفية الحصول على المعلومات وإنتاجها وتداولها بحرية بين الناس عبر شبكات محلية ودولية، ومن دون رقابة أو سيطرة حكومية أو هيمنة الرأسمالية وامبراطوريات الإعلان.

وأتصور أن البداية يجب أن تكون بمنع احتكار مزودي خدمات الإنترنت للمواطنين، وإتاحتها بسرعات مناسبة وأسعار في متناول الجميع، في إطار سوق تنافسي حقيقي بين مزودي خدمات الإنترنت، أيضًا من المهم وضع ضوابط ومواثيق شرف بين المواطنين على الشبكة بشأن دقة إنتاج ونقل الأخبار والمعلومات، لأن هناك من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للدعاية وترويج الشائعات، ولاشك أن توعية المواطنين وتطوير قدراتهم النقدية على الشبكة، كفيل بالحد من تحويل السلطة الخامسة إلى ساحة لنشر الأكاذيب والفتن، وهنا لا بد من نشر مزيد من مواقع ومحركات البحث المجانية القادرة على تدقيق المعلومات والكشف عن التزوير في الصور وأفلام الفيديو.

أخيرًا علينا أن نفكر طول الوقت في أن القوة الثورية للسلطة الخامسة لم تكشف عن كل الفرص والمخاطر التي تحملها إلى البشرية، فهذه السلطة ماتزال في بداية تشكلها، وأمامها طريق صعب لا يمكن توقع مساراته المستقبلية بدقة، خاصة وأن أماننا قصص نجاح مبهرة في مصر وأوكرانيا، وقصص تعثر وفشل أيضًا في مصر وأوكرانيا!! والصين وروسيا، وهذا الفشل مرتبط بالقمع والأيدي الخشنة على أرض الواقع، والتي ما تزال -وإلى حين- قادرة على إرباك أو حصار السلطة الخامسة.

## رابعاً: تراجع الإعلام المصري

تنتهي أدبيات الإعلام والسياسة إلى وجود صلات قوية وتأثير متبادل بينهما، لكن هذا التداخل لا يمنع من وجود قواعد قانونية وسياسية ومعايير مهنية ومواثيق شرف إعلامي، تحدد حدود ما هو سياسي وإعلامي، وحتى إذا انتهك البعض تلك الحدود -وكثيراً ما يحدث في الديمقراطيات العريقة- تظل هناك قواعد وآليات للضبط والمراقبة سواء مارسها الإعلاميون أنفسهم ونقاباتهم المهنية أو المجتمع.

لكن في مصر الوضع مختلف، والحدود متداخلة؛ لأن الأطر القانونية والهيكل التنظيمية الخاصة بالإعلام الموروثة من حكم مبارك لا تكفي لتحقيق الضبط الذاتي للإعلام والمراقبة المجتمعية، حيث كان الطابع الاستبدادي للنظام وأجهزته الأمنية يقوم بعملية الضبط وفق معايير تخدم عمليات تزيف وعي الجمهور وخلق نوع من القبول العام بالأوضاع القائمة، لكن انهيار منظومة الاستبداد والأمن خلق فجوات متعددة، وأدى إلى ما يشبه الفوضى بين الإعلام والسياسة، حيث سجلت سنوات الثورة محاولات جادة من الإعلاميين لرفع هامش حرية الإعلام، وفي الوقت نفسه أعلى معدلات في تسييس الإعلام على حساب المهنية واحترام مواثيق الشرف الإعلامي، وانتهاك خصوصية المواطنين وتشويه المعارضين، علاوة على اضطهاد الإعلاميين، من هنا تراجع ترتيب حرية الصحافة والإعلام في مصر في تقارير عديد من المنظمات الدولية المعنية بهذا الشأن.

أعتقد أن الإعلام عانى من آثار وتداعيات التحول الديمقراطي المتعثر لمصر والذي جاء بعد ثورة غير مكتملة، وربما يكون الإعلام نفسه قد شارك في صناعة هذا التعثر، لكن الأهم أن كل الأطراف المتصارعة التي وصلت إلى السلطة (المجلس العسكري والإخوان والحكم الحالي) قد لعبت الدور الأكبر في الحد من حرية الإعلام، حيث أبقت على الأطر القانونية والتنظيمية الموروثة من عصر مبارك ووظفتها لصالحها، ولم يسع أيًا

منها إلى تغيير أوضاع الإعلام بشكل جاد، بما يضمن حريته وتفعيل دوره في عملية التحول الديمقراطي، علي الرغم من ادعاء السلطات الثلاث حرصها على حرية الإعلام واستقلاله!!، وأعتقد أن هذا الحكم العام يظل صحيحًا رغم وجود بعض الاختلافات في مستويات المنع والتسامح في ممارسة كل سلطة، وإن كان الحكم الأخير أكثرها تشددًا في المنع واضطهاد الإعلاميين واستبعاد أو تهميش أصوات المعارضة.

فالمجلس العسكري (٢٠١١-٢٠١٢) بقيادة المشير طنطاوي حافظ على وزارة الإعلام وتبعية الإعلام العام للحكومة من خلال التحكم في تعيين أعضاء المجلس الأعلى للصحافة واتحاد الإذاعة والتلفزيون، فضلًا عن تبعية القنوات الفضائية الخاصة لهيئة الاستثمار، والتي تتعامل مع تلك القنوات كمشروعات استثمارية-، وليس كمؤسسات إعلامية تعمل في مجال الإعلام وصناعة الأخبار وتشكيل الرأي العام، لكن ارتفاع الطلب على الحرية بعد الثورة مباشرة سمح للإعلام الحكومي بالتححر نسبيًا ولعدة أشهر من قبضة الدولة، كما سمح، وهذا هو الأهم، بظهور عشرات الصحف والقنوات الخاصة التي يفتقر تمويلها وآليات عملها للشفافية والإفصاح والالتزام بمعايير العمل المهني ومواثيق الشرف الإعلامي، والمفارقة أن سخاء الإنفاق على قنوات وصحف رجال الأعمال (ميديا رجال الأعمال) بغض النظر عن المردود الاقتصادي والخسائر المحققة، قد مكنها من التفوق على الصحف والقنوات الحكومية في معركة التأثير في الرأي العام، حيث حظيت ميديا رجال الأعمال بمعدلات قراءة ومشاهدة أعلى من ميديا الحكومة خلال أشهر قليلة، ويرجع ذلك لأسباب كثيرة منها تراجع مصداقية ميديا الحكومة التي كانت تسبح بإنجازات عصر مبارك، وأداؤها البيروقراطي البطيء، ومعاناتها من الديون والمطالب الفئوية لعشرات الألوف من الإداريين والإعلاميين العاملين فيها.

ولم يحاول الإخوان في عام حكمهم السريع والمأزوم (٢٠١٢-٢٠١٣) تغيير الأوضاع السابقة، وإنما حافظوا عليها مع محاولة توظيفها لصالحهم (أخونة الإعلام) من خلال

سيطرتهم على الرئاسة ومجلس الشورى، وقاموا بتعيين بعض الإعلاميين الإخوان أو المتعاطفين معهم علاوة على الانتهازيين في المجلس الأعلى للصحافة وفي رئاسة تحرير الصحف وفي الإذاعة والتلفزيون، لكن مخطط أخونة الإعلام تعثر بسبب مقاومة الإعلاميين في الإعلام الحكومي والخاص، ولعبت ميديا رجال الأعمال الدور الأهم في معارضة حكم الإخوان، وهو ما أدى إلى زيادة التسييس في الإعلام وتعميق الانقسام والاستقطاب السياسي والثقافي في المجتمع، حيث دافعت الصحف والقنوات الإسلامية وقناة الجزيرة عن حكم الإخوان، وهنا ثمة جدل ونقاش حول هل عكس الإعلام هذا الاستقطاب أم عمق منه وضخمه؟، وكذلك حول مدى قدرة الإعلام على إسقاط حكم الإخوان؟، بمعنى هل ضخّم إعلام رجال الأعمال المتحالف مع جبهة الإنقاذ أخطاء الإخوان أم قدمها للجمهور، وبالتالي تحرك لإسقاط حكم مرسي؟، طبعًا إجابة الإخوان تتهم الإعلام بصناعة الأحداث وتشويه منجزات حكم مرسي، والتي أعتقد شخصيًا أنها لم تحدث في أرض الواقع، وإلا أدركها المصريون، وبالتالي لم يصدقوا إعلام المعارضة، لأن الإعلام مهما كانت قوته وتأثيره لا يمكن أن يصنع الأحداث ويحرك الجمهور للفعل السياسي، إلا في حدود وفي ظروف خاصة، لا يكتب لها الاستمرار أو النجاح في تحقيق تغيير سياسي كبير بحجم ما حدث مثلًا في ٣٠ يونيو.

وحدد دستور ٢٠١٤ خارطة طريق معقولة لإصلاح وتطوير الإعلام، لكن لم تتغير القوانين والتنظيمات الإعلامية الموروثة عن عصر مبارك، أو عصر مرسي، وهو ما سمح بإغلاق القنوات الإسلامية الخاصة، وحشد الإعلام الحكومي والخاص لتأييد خارطة الطريق ودعم الحل الأمني في مواجهة الإخوان على حساب الحل السياسي، مع زيادة ملحوظة في:-

١- منع أو تهميش أصوات المعارضة، حتى أصبح الإعلام المصري هو إعلام الصوت الواحد تقريبًا.



- ٢- استمرار تراجع تأثير الصحف والقنوات الحكومية لصالح إعلام رجال الأعمال والقنوات العربية والأجنبية (الناطقة بالعربية)، مع ملاحظة أن قناة الجزيرة وأخواتها مازال تلعب دورًا في الإبقاء على حالة الاستقطاب والانقسام في الرأي العام.
- ٣- تنامي دور الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، التي تقدم إعلامًا موزيًا وفعالًا بين الشباب (أغلبية المجتمع)، لكنها تعاني من نقص المصداقية وتحولها إلى منصات للاستقطاب والتشاحن بين مؤيدي ومعارضتي النظام.
- ٤- استمرار مستويات التسييس والتوظيف السياسي والدعائي ضد رموز المعارضة المدنية للحكم الانتقالي، وفي مقدمتهم شباب الثورة، حيث أذاعت قنوات خاصة تسجيلات مجهولة المصدر تتهم ناشطين بالتعاون مع جهات أجنبية وتلقي أموال، من دون أن تقدمها للنيابة والقضاء، ما أشاع حالة من محاكمات الإعلامية الشعبية التي تضر بهيبة القضاء ومصداقية الإعلام الذي تجاوز في بعض ممارساته الحد الأدنى من المهنية ومواثيق الشرف الإعلامي، والغريب أن خارطة الطريق في ٣ يوليو قد نصت على كتابة ميثاق شرف إعلامي، ومع ذلك لم تتحرك الرئاسة أو الحكومة لتفعيل هذا البند، والأغرب أن آلاف العاملين في الإذاعة والتلفزيون الحكومي والخاص ليس لهم نقابة تدافع عن مصالحهم وتضع ميثاق شرف إعلامي، ولا يبقى سوى ميثاق شرف للصحفيين لا يطبق بفاعلية، ويحتاج لتطوير لاستيعاب التغيرات في المهنة، وزيادة حضور وتأثير الصحافة الإلكترونية.

\*\*\*

## خامساً: حزب الكنبه التلفزيوني

ظهر تعبير حزب الكنبه بعد ٢٥ يناير لوصف قطاع عريض من المصريين ليس لهم علاقة بالثورة والمشاركة السياسية إلا من خلال مشاهدة التلفزيون، والتعبير يصف ظاهرة استهلاك الجمهور في المجتمع الحديث لبرامج التلفزيون، وحالة التلقي السلبي والاستسلام العقلي والروحي لجمهور كسول يصدق كل ما يقدمه التلفزيون، والحقيقة أن بحوث الإعلام اهتمت بهذه الظاهرة وتحدثت عنها كثيراً، لكن ربط الظاهرة بالكنبه ومتابعة أحداث الثورة كان بلا شك عبقرية مصرية خاصة.

حزب الكنبه التلفزيوني كان موجوداً قبل ٢٥ يناير، لكنه لم يكن يتابع البرامج السياسية، ومع الثورة وحالة الارتباك والشك في المستقبل بدأ يتابع كل ما هو سياسي، لكنه ظل يستهلكه بنفس الطريقة السلبية التي كان يتابع بها برامج التلفزيون قبل الثورة، أي الاستهلاك بدون تفكير أو عقلية ناقدة، وللأسف استغلت القنوات التلفزيونية المصرية (الخاصة والحكومية) والأجنبية وفي مقدمتها الجزيرة حزب الكنبه، وتلاعبت بمشاعره ولم تهتم كثيراً بعقله، فأطلقت برامج التخويف والإثارة السياسية، وروجت لفزاعات ضياع الأمن، والمؤامرة الخارجية، وانهيار الدولة، والحرب الأهلية، والتكفير، والتخوين.. إلى آخر تلك الفزاعات التي زيفت وعي حزب الكنبه، لكنها أيضاً ضاعفت من مخاوفه وعدم ثقته بالعالم من حوله، لذلك ظل وفيّاً لكتبته قاعداً عليها لا يفارقها!! ولا يشارك في الفعل السياسي، ومع ذلك هناك من قال إن تطوير التجربة الديمقراطية رهن بتحريك وإدماج حزب الكنبه في الحياة السياسية، في المقابل هناك من روج لنظرية تآكل حزب الكنبه وتحوله إلى أقلية، حيث شارك أغلبية المصريين بما فيهم طبعاً حزب الكنبه في ثورة ٣٠ يونيو.

صحيح أن قطاع من حزب الكنبه شارك في ٣٠ يونيو، لكنه سرعان ما عاد إلى الكنبه!!، بدليل ضعف نسبة المشاركة في الاستفتاء على الدستور والتي كانت ٣٨ ٪ فقط من الناخبين، وبالتالي يمكن القول بأن الأغلبية ما تزال بعيدة عن الفعل السياسي،

والجديد هنا أنها ابتعدت عن متابعة الأحداث السياسية والنقاش العام!!، فقد أكد لي أصدقاء وأقارب من حزب الكنبه "أنهم تعبوا من السياسة".. "ومش عارفين مين صادق ومين كذاب".. "سبنا دول.. ودول.. وبنشوف ماتشات وأفلام ومسلسلات!!"

هذه الإجابات تعني أن حزب الكنبه التليفزيوني يشعر بالحيرة والاغتراب، وعدم الفهم، فالأحداث كثيرة ومتلاحقة، ومواقف النخب السياسية والإعلامية تتغير وتتلون، وبالتالي انصرف حزب الكنبه عن كل ما هو سياسي لأنه لا يقدم يقينًا، وهناك حالة من التنوع والانقسام في الروايات ما بين القنوات المصرية وقنوات الجزيرة وأخواتها، علاوة على سرديات وشائعات الإخوان في الشارع، وبالتالي بات حزب الكنبه حائرًا ومتشككًا في تصديق ما يقدم إليه من أخبار أو وعود، خاصة وأنه خلال سنوات الثورة شبع كلامًا ووعدًا سياسية ودينية، ولم يجد هذا الحزب الضخم من بديل سوى عالم الترفيه والمتعة الزائفة، فانتقل من متابعة الأحداث السياسية ومشاهدة وقائع الثورة والمحاکمات والاشتباكات في الشوارع وفي الأستديوهات، إلى فضاء المتعة والتسلية ومشاهدة قنوات الرياضة والأفلام والمسلسلات والطهي.

المعنى وبدون تنظير أن الضخ الإعلامي الهائل من قنوات تقول أشياء متناقضة أدى إلى فائض في الاتصال والمعلومات، أو ما يعرف بظاهرة التيه المعلوماتي، وهو ما يخلق فوضى نسبية فلم يعد هناك تاريخ ولا واقع ولا حقيقة، كما يقول الفيلسوف الإيطالي «جيانى فاتيمو» الذي يرى أن الجماهير أصبحت ضحية انفجار الاتصال والإعلام، وأن الإعلام لم يخلق مجتمعًا أكثر استنارة وعقلانية وأكثر وعيًا!!.

\*\*\*

## سادسا: المذيعون الجدد

المذيع أو مقدم البرامج مهنة صعبة، تتطلب أن يؤديها أشخاص دارسون للإعلام، وحاصلون على تدريب جيد على فنون التقديم والإلقاء، ويلتزمون بالقواعد المهنية للإعلام ومواثيق الشرف الإعلامي، فلا يصح أن يخلط المذيع بين الخبر والرأي، أو يبدي آرائه السياسية، أو يتحول إلى سياسي أو واعظ ديني، يتحدث في كل شيء وعن أي شيء وأحيانا يتحدث أكثر من ضيوفه.

كل هذه القواعد تُنتهك على نطاق واسع في إعلامنا، حيث تنامت بعد ثورة يناير ظاهرة المذيع أو مقدم البرامج غير المؤهل والذي يخلط بين السياسة والإعلام وضخ الشائعات وإصدار أحكام بالخيانة أو التكفير على كل من يخالفه الرأي، صحيح أن الظاهرة كانت موجودة قبل الثورة وفي إعلام مبارك وبعض القنوات الخاصة، لكن انتشار وقوة القنوات التليفزيونية الخاصة وهيمنة رجال الأعمال وتدني مستويات الأداء المهني وزيادة التسييس عن الإعلام في معظم الميديا، أدى إلى تضخم ظاهرة المذيع غير المؤهل، حيث حدثت تحولات هائلة في صناعة الميديا، فتراجع الإعلام الحكومي، وتنامي حجم وتأثير الإعلام الخاص الذي يخضع لهيمنة حفنة من رجال الأعمال وشركات الإعلان، وهؤلاء يلعبون سياسة ودعاية أكثر بكثير مما يلعبون بيزنيس أو إعلام، أي أن امتلاك صحيفة أو قناة لا يعني البحث عن ربح مادي، وإنما تحقيق مكانة سياسية واستخدام تلك القناة لتخويف الخصوم أو التقرب من السلطة، وهناك مئات من الشواهد والملاحظات التي لا يتسع المجال لسردها ولكنها تؤكد حقيقة أن تمويل كثير من الصحف والقنوات الخاصة لا يتناسب مطلقاً مع دخلها من الإعلان أو مبيعاتها.

تتحرك استثمارات رجال الأعمال في الإعلام؛ اعتماداً على فكرة أن الإعلام سياسة، وامتلاك الميديا يحقق نفوذاً وسلطة معنوية ورمزية تفوق بكثير خسائرهم المالية السنوية، فالهم هو النفوذ والقدرة على التأثير في الرأي العام وتشكيله بحسب مصالح تحالف

السلطة، ويتطلب ذلك أمرين: الأول افتراض أن الحشود بلهاء لا عقل لها، وبالتالي لابد من تزييف وعيها، والتلاعب بعواطفها وعقولها بحيث تظل خائفة وكارهة للإخوان ولثوار ٢٥ يناير وللثورة بكل معانيها وأبعادها، فقد حان الآن موعد الشرعية وبناء مؤسسات الدولة وعودتها بقوة، الأمر الثاني شراء أو استيعاب بعض أفراد النخبة من صحفيين وسياسيين لإسكاتهم عن قول الحق من جهة، ولتوظيفهم في عملية خداع الجماهير والتلاعب بعواطف وعقول الحشود من جهة ثانية، فالرواتب المرتفعة وإغواء الشهرة الإعلامية يدفع الكثيرين للتحول من كتاب وصحفيين وباحثين وأساتذة جامعات، إلى مذيعين ومقدمي برامج، من دون أن تكون لديهم الموهبة أو التأهيل الكافي!!

لذلك ظهر هؤلاء في مستويات أداء إعلامي هزيل وأحياناً هزلي!!، لأنهم يسبحون في مياهه دون أن يتدربوا عليه، حتى يمكن القول بأنهم ظلموا أنفسهم، فليس كل كاتب كبير أو سياسي قدير قادر على أن يقدم برنامج تليفزيوني ناجح، وربما لا تسعفه لغته أو أدائه، ومع ذلك فإن إغواء المال والشهرة وحب المغامرة أو التجربة علاوة على التسييس العالي في الإعلام.. كل ذلك يدفعه إلى الاستمرار، في استخفاف شديد بواجبات ومعايير الأداء المهني للمقدم أو المذيع، حيث يتصور المذيعون الجدد أن العملية بسيطة فهي نوع من الدردشة أو الخطابة كتلك التي يقوم بها في الصحيفة أو الجامعة أو حتى مع أصدقائه على المقهى!!، وأعتقد أن بعض المذيعين الجدد يتصورون أن العملية أسهل من الدردشة مع الزملاء أو الأصدقاء لأن الجمهور في أغلبه من حزب الكنبه، أي لا يفكر ولا ذاكرة له، وتحركه العواطف والمواضع، لذلك حول بعض المذيعين الجدد شاشة التليفزيون إلى راديو!! حيث يجلس يتحدث ويعظ في الجماهير التي لا يراها، لكنها تتابعه نظراً لشهرته أو وسامته أو قدرته على التنكيث وأحياناً التبيكيت والبكاء والزعيق!!

للأسف لا توجد لدينا بحوث ومسوح منتظمة ودقيقة لمعدلات المشاهدة وتفضيلات البرامج والمقدمين، لذلك فكل مذيع جديد أو قديم من حقه أن يدعي أنه الأكثر مشاهدة وتأثيراً، وبالتالي يفترض أن من حقه عدم الالتزام بمعايير الأداء المهني للمذيع، فهو حر

تمامًا طالما يلاقي استحسان رجل الأعمال الذي يمتلك المحطة ويديرها، لكن في كثير من الحالات ينقلب الاستحسان، ويتم إيقاف البرنامج والمذيع، ليظهر وجه جديد وبرنامج آخر يتمشى ومتطلبات المرحلة وعلاقة رجل الأعمال بالسلطة، إذن خوف بعض المذيعين الجدد على رواتبهم وظهورهم على الشاشة يدفعهم دائمًا لتنفيذ أوامر رجال الأعمال الذين يمتلكون الميديا، أو على الأقل عدم تقديم ما يتعارض ومصالح رجال الأعمال، وهناك بعض المذيعين الجدد الذين يحاولون أيضًا كسب رضا السلطة والجمهور معًا، من خلال التنافس في تقديم كل ما هو سطحي وغريب ومبتذل من تسريبات وتسجيلات، تنتهك الحريات الخاصة، وتسيء إلى الأجهزة الأمنية، إضافة إلى تكفير أو تخوين كل أصحاب الأصوات المعارضة، والمفارقة أنه إذا كان نجوم «التوك شو» لا يلتزمون بالهنية إلا أنهم يعرفون قواعد التقديم ويحترمون بعضها، أما الوافدون الجدد فليس لديهم خبرة أو معرفة بقواعد التقديم التلفزيوني أصلًا، ولم يتدربوا عليها، لكن لديهم جرأة الكذب، ولديهم جرأة الجاهل عندما يفتي ولا يعترف بجهله، ولا يدرك أصلًا أنه جاهل، وإذا أدرك بعضهم تواضع مستواه فإنه يلجأ إلى الإغراق في الغرابة والقبح، حتى يكتسب مكانًا في سوق إعلامي تنافسي، ويراهن على مخاوف الجمهور وعواطفه وسذاجته أيضًا.

انتشار مقدمي البرامج الجدد من دون تدريب أو خبرة ربما لأن أسعارهم أقل ولهم أسماء معروفة، وربما أيضًا لأن لديهم من القبح ما لا يتوافر عند نجوم برامج التوك شو، وربما منحت لهم البرامج كمكافأة تحقق شهرة ومصدر دخل مرتفع، لكن يلاحظ سرعة ظهور واختفاء المذيعين الجدد، البعض يسطع كنجم منير سرعان ما يتلاشى ضوءه بمجرد أن يغضب عليه صاحب أو مدير القناة ويمنع برنامجه، وبالطبع سرعان ما ينساه الناس وربما ينسى هو نفسه أنه كان مقدم برامج فاشل.

والحقيقة أن الكل واقع تحت إغواء وسلطة التلفزيون.. لا أحد يرفض.. من هنا تأتي ضرورة وجود نقابة لمقدمي البرامج، تضع قواعد الممارسة ومواثيق شرف للأداء المهني

للمذيع، لأنه لا يصح أن تظهر هذه الوجوه وبهذا الأداء الكارثي الذي عمق من لا مهنية الإعلام المصري وحوله إلى ساحة أو فضاء للدعاية والتضليل، واللاعقلانية.

وهناك اتفاق بين خبراء وأساتذة الإعلام والاجتماع والسياسة بشأن لا عقلانية أغلب ما يقدمه الإعلام، واعتماده على مشاعر وعواطف الجمهور بدلاً من الحقائق والتفكير المنطقي، لذلك يميز العلماء بين الاتصال ولتواصل، الأول يسعى إلى التأثير في الجمهور بغض النظر عن الوسائل المستخدمة، وبالتالي لا يهتم برد فعل الجمهور أو مدى استجابته، وأحياناً كثيرة لا يكون له أهداف محددة سوى الاتصال واستهلاك الوقت.

أما التواصل فهو عملية تشاركية بين الإعلامي والجمهور تعتمد على التفاهم المتبادل وبناء توافق دون إكراه مادي أو معنوي أو استغلال مشاعر أو مخاوف الجمهور، وطبعاً هناك فروق كبيرة بين لا عقلانية الإعلام وتحيزه وابتعاده عن الموضوعية؛ لأن هناك مضامين إعلامية عقلانية، لكنها متحيزة وغير متوازنة، ما يعني أن أي فعل تواصل يلتزم بالضرورة بالمهنية وعرض وجهات النظر المختلفة، ويكون أقرب إلى الموضوعية.

للأسف إعلامنا بعيد جداً عن التواصل، لذلك فإن أغلب البرامج والمضامين المقدمة تجمع بين اللاعقلانية والتحيز واللامهنية، علاوة على عدم احترام موثيق الشرف الإعلامي، وتمنح المذيع سلطة رمزية يستخدمها ضد ضيوفه وضد الجمهور لإكراهه على تبني موقف معين أو سلوك محدد (بعض المذيعين يتهكم من الجمهور ويشتمه أو يطردون الضيوف)، وهذه الحالة سمحت بتسييس الإعلام أي تحويله لأداة في الصراع السياسي والاجتماعي، بل أحياناً الأداة الوحيدة للفعل السياسي لكثير من الأحزاب الكارتونية والزعماء الوهميين!!، والمفارقة أن لا مهنية الإعلام، ولا عقلانيته وتسييسه جاءت بعد ثورة ٢٥ يناير وفي سيق ثورات الربيع العربي، ولا أقصد هنا أن الثورات هي المسئولة عن فوضى الإعلام والإعلاميين وإنما الحكومات التي جاءت بعد ثورات الربيع العربي هي السبب، لأنها تعمدت الإبقاء على أوضاع الإعلام دون تغيير.

لقد كان إعلامنا يعاني منذ الستينات من أمراض التسييس واللامهنية والتبعية للسلطة، وكان المأمول أن تغير الثورة كل هذه الأوضاع، وتدفع إعلامنا نحو الفعل التواصلي القائم على المشاركة بين الجمهور والإعلام، إعلام الخدمة العامة وليس إعلام الحكومة أو رجال الأعمال، لكن حوماتنا المتعاقبة بعد ثورة ٢٥ يناير لم تغير القوانين الإعلامية الموروثة عن عصر مبارك، ولم تطبق مواد الدستور الجديد، ولم تساعد العاملين في الإذاعة والتلفزيون على تشكيل نقابات مستقلة تتبنى مواثيق شرف إعلامية، والكارثة أن هذه الحكومات سمحت لحفنة من رجال الأعمال بامتلاك مزيد من القنوات التلفزيونية والصحف التي لا يعرف أحد مصادر تمويلها ومن يديرها وكيف تغطي خسائرها السنوية، والكارثة أن ميديا رجال الأعمال صارت الأكثر تأثيراً في الرأي العام، الذي لا يشاهد تقريباً القنوات الحكومية، التي تتراجع نتيجة الرقابة والتوجيه وسوء الإدارة وتراكم الديون. لابد من تغيير هذه لأوضاع، وأرى أن وصفة تغيير وتطوير الإعلام جاهزة، حيث وردت في الدستور في المواد ٢١١، ٢١٢، ٢١٣، والتي تنص على استقلال الإعلام وإنشاء المجلس الوطني للإعلام وهيئة الصحافة وهيئة الإعلام المرئي والمسموع لتنظيم أوضاع الإعلام والإشراف عليها.

\*\*\*





## سابعاً: إعلام يبيع جمهوره!!

كل وسائل الإعلام تقدم أشكالاً فنية ومضامين إعلامية بهدف أن يشتريها ويستهلكها الجمهور بمقابل مادي أو غير مادي، مثل الاشتراك في قناة أو دفع ثمن صحيفة أو تمضية وقت كاف أمام الشاشة، وإذا كان الوقت يساوي نقوداً، فإن المواطن يدفع دون أن يدري لقنوات التلفزيون والصحف التي تبيعه لوكالات الإعلان.

وكلما ارتفعت أعداد الجماهير الذين يتابعون وسيلة إعلامية ما، بدرجة تفوق بقية وسائل الإعلام الأخرى، كلما ارتفع المقابل الذي تحصل عليه، وهذه الحالة تخلق المنافسة الإعلامية، وهي منافسة على كسب اهتمام الجمهور ووقته ونقوده، لكنها تتجمل وتدعي المنافسة على تحقيق سبق الصحفي في نشر خبر مهم، أو الانفراد بحوار أو تحقيق مميز، باعتبار أن السبق والانفراد يرفع من جماهيرية الوسيلة، وهي حجة تبدو عقلانية، لكنها لا تعمل دائماً بهذا الشكل، لأن هناك أساليب أخرى ثبت نجاحها، كالإثارة في نشر أمور تتعلق بثالوث المحرمات الدين والجنس والسياسة.

للأسف كثير من وسائل الإعلام في العالم تعتمد الإثارة بأنواعها، لكن هناك ضوابط وقواعد مهنية وهيئات مستقلة للمتابعة والمحاسبة، وهو ما نفتقده في مصر، كما نفتقد أيضاً الإعلام الجاد والمهني الذي يقدم البديل الآخر للجمهور، ففي أغلب دول العالم هناك إعلام إثارة، وإعلام جاد ومتوازن، ولكل منهما جمهوره، كما أن هناك قطاعات تتابع النوعين من الإعلام وفق اختيارات وتفضيلات محددة، أما في مصر فلدينا إعلام غير مهني، معظمه منغمس في صراع محموم وغير عقلائي على الإثارة والتسطيح، لذلك هناك حالة عامة من عدم الرضا عن أداء الإعلام المصري، سواء بين أفراد النخبة أو الجماهير، خاصة وأن قنوات وصحف عربية صارت أكثر مهنية وتطوراً من إعلامنا، كما أن الفارق يتسع كل يوم بين همومنا الوطنية وبين ما يقدمه الإعلام من أشكال ومضامين إعلامية.

وهناك مؤشرات كثيرة تؤكد حالة عدم الرضا عن الإعلام، منها الانصراف عن الصحافة وقنوات التلفزيون إلى مواقع التواصل الاجتماعي وأشكال الإعلام الجديد، وتراجع توزيع الصحف، واللجوء لوسائل إعلام أجنبية للتأكد من صحة بعض أخبارنا المحلية.

من هنا لابد من طرح أسئلة تبدو بديهية مثل: هل يستهلك المصريون إعلامنا؟، وكيف يستهلكون هذا الإعلام؟، بمعنى هل يؤثر فيهم؟، أم أنهم يتابعون الإعلام بدون اهتمام، ومن باب البحث عن المتعة وقضاء الوقت، وليس بهدف المعرفة أو متابعة الأخبار، أو لاسمح الله التثقيف!!، إجابات هذه الأسئلة تحتاج إلى بحوث ميدانية مستقلة لا تخضع لتمويل وكالات الإعلان أو الصحف وقنوات التلفزيون، وأعتقد أننا نفتقر ومنذ سنوات طويلة لمثل هذه الأبحاث، لذلك فإن أكثر ما يطرح من أفكار وتقديرات قد لا تكون دقيقة، لأن كل مسح وبحوث الجمهور واستخداماته لوسائل الإعلام ومدى تأثيره بها، يعتمد على عينات بسيطة وغير ممثلة للمجتمع.

ولاشك أن التحولات السياسية والاجتماعية المتسارعة في المجتمع خلال سنوات الثورة انعكست على الشخصية المصرية، وطرق استهلاكها للإعلام، وهنا يمكن أن نفترض ما يلي:-

١- أن الصراع السياسي والثقافي في المجتمع انعكس على أنماط التعرض لوسائل الإعلام واستهلاكها، بمعنى الثقة فيها ودرجات التأثير بها، لذلك نجد ثمة تفضيلات للمستهلك في التعرض لوسائل إعلام معينة أو قنوات ومواقع إخبارية، أو مقاطعتها نهائياً، بحسب الموقف الفكري والسياسي من الإخوان ومن ٣٠ يونيو، فالإخوان والمتعاطفون معهم ربما لا يشاهدون القنوات المصرية العامة والخاصة، ويستهلكون باهتمام شديد "الجزيرة" وقنوات الإخوان، وفي المقابل يقطع أغلب المصريين القنوات والمواقع الإخبارية المتعاطفة مع الإخوان، ويستهلكون أنواع معينة من البرامج في القنوات الخاصة والعامة، بحسب ثقتهم في مقدم البرامج،

ومدي اقتراب مواقفه السياسية منهم، باختصار أصبح تلقى وسائل الإعلام واستهلاكها يتم على أسس سياسية وأيديولوجية، وعادة ما يميل الأفراد للأشكال والمضامين التي تعزز ما لديهم أصلاً من أفكار وآراء سياسية، أي أن كل قطاع من قطاعات الجمهور المصري يعيد إنتاج نفسه!!.

٢- ثمة انقسام وصراع أجيال مهم يفسر أنماط التعرض واستهلاك المصريين للميديا، حيث يميل الشباب، وهم أغلبية المجتمع، لاستخدام وسائل الإعلام الجديد، والتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويخلقون ما يمكن وصفه بإعلام مواز للإعلام التقليدي والرسمي، وهو إعلام مستقل وقريب من الناس، لكنه يقع في كثير من الأحيان فريسة الاستقطاب السياسي والثقافي، علاوة على الشائعات والأخبار والصور غير الصحيحة.

٣- توجد كتلة ضخمة ربما تشكل الأغلبية تعرف بحزب الكنبه، وأعضاء هذا الحزب يجلسون على كنبه أمام التلفزيون أغلب ساعات النهار، ويشاهدون أحياناً كل ما يبث عبر عدة قنوات، لكن بدون تفضيلات معينة، فقط يتنقلون بين القنوات باستخدام الريموت كنترول (سلاح حزب الكنبه الوحيد) لقتل الوقت، أو للشعور بأن هناك من يشاركونهم الحياة ويشاركون معه بعيداً عن مشاكل الواقع وإحباطاته، وأفترض أننا هنا إزاء مشاهدة سطحية، لا تقوم على الانتباه أو الإدراك الكامل لكل ما يقدم، فالهدف من مشاهدة التلفزيون هنا هو تحقيق درجة من الألفة و"الوناسة" كما يقول إخواننا في السودان، فهو استهلاك للهروب من الوحدة وضيق الشقق الصغيرة إلى فضاء المسرح التلفزيوني والعالم الفسيح والحالم للشاشة، لذلك فهم قد يفضلون استهلاك برامج التسلية والمسلسلات المصرية والتركية والهندية البطيئة والساحرة، والتي قد تعوضهم عن بؤس حياتهم ومشاكلها، لكنها لا تغرس فيهم وعياً ولا تدفعهم للعمل أو تغيير حياتهم.

٤- انخفاض ثقة قطاعات الجمهور السابقة- رغم ما بينها من اختلافات تعليمية وسياسية وجيلية- في مصداقية كل ما يقدم لها من أخبار سياسية وبرامج حوارية (توك شو)، فهناك حالة من الشك والريبة في كل ما يقال أو يظهر على الشاشة، ولاشك أن هناك أسبابًا كثيرة أهمها تقلب مواقف أغلب القنوات وكثير من مقدمي البرامج خلال سنوات الثورة، والفجوة بين ما يقدم في الإعلام وما يجري في أرض الواقع، والتي ولدت شعورًا عامًا بأنه لا جدوى من الاهتمام بالإعلام أو السياسة، ولا جدوى أيضًا من تصديق تصريحات المسؤولين، من هنا ظهرت المشاهدة غير المهتمة، والملل من السياسة والبرامج الجادة، والتي لم تحقق تغييرًا للأحسن في أحوال أغلب المصريين، من هنا ارتفع استهلاك برامج التسلية ومضيعة الوقت والهرب من مشكلات وإحباطات الواقع.

الافتراضات السابقة أرجو أن تُختبر ميدانيًا في مسوح علمية على الجمهور، تجريها جهات مستقلة، لأنني أعتقد أنها ستقود إلى تراجع هائل في الفعل التواصلي بين الجمهور ووسائل الإعلام، التي تمارس الاستعلاء على الجمهور وادعاء إرشاده وتوجيهه، برغم أنها تفتقر لمقومات هذا الدور، والأخطر أن القائمين عليها غير مهتمين أصلًا بمعرفة ردود فعل الجمهور وتفسيراته أو تأويلاته لما يقدم له في الإعلام من مواد يتوهم القائمون على الإعلام أنه يفضلها ويستهلكها.

وهناك فروق هائلة بين الاتصال والتواصل، لأن الأخير قائم على المشاركة والحوار والفهم المشترك، كما أن التواصل في أحد أهم مستوياته يقوم على حوار أفراد الجمهور وتفاعلهم النشط والواعي حول المضامين الإعلامية التي يستهلكونها، ومن ثم التواصل، عبر الحوار والنقاش في المنزل بين أفراد الأسرة أو بين زملاء العمل، لفهم أو تأويل مشترك، وأظن أن أيًا من مستويات التواصل غير قائمة بين الجمهور في مصر، وبين الجمهور والإعلام.

\*\*\*

## الفصل الرابع

### خارطة طريق لإصلاح الإعلام المصري



## أولاً: في ضرورات وقف فوضى الإعلام

لا أحد منا يرضى عن الإعلام المصري، ومع ذلك نتابعه.. وندقق تأثيره في المجتمع.. ونتساءل عن مصادر تمويله وآليات تشغيله والهيمنة عليه، واستعماله في تشويه وعي الناس والتلاعب بمشاعرهم.

ومع كل هذا الاهتمام والنقاش لا أحد منا يتحرك لتغيير أوضاع الإعلام والإعلاميين، حتى يمكن القول إن كل الأطراف من حكومة ومواطنين وإعلاميين ومجتمع مدني وخبراء في الإعلام قد تراضوا على حالة الفوضى القائمة، وأصبحوا يشاركون فيها بدرجة أو بأخرى ومن مواقع مختلفة!!، ولكن من دون الإقدام على فعل محدد لإنقاذ الإعلام وحماية حقوق الجمهور والرأي العام.

اكتفت حكومات ما بعد ٢٥ يناير بالشكوى من أداء الإعلام وعدم تقديره للصالح العام وحملته المسؤولية الاجتماعية، وانتقد أساتذة وخبراء الإعلام تدهور مستويات الأداء المهني وتغييب مواثيق الشرف، وهيمنة رجال الأعمال وسطوة الإعلانات، وطرحوا أفكاراً إصلاحية كثيرة، لكن لا أحد يستجيب، أيضاً بعض الإعلاميين يرتكبون أخطاء بعمد أو بدون عمد لكنهم يتعاشون معها ويمارسونها لأنها تحقق لهم دخول مرتفعة وشهرة بين الناس، والغريب أن كلاً منهم ينتقد أداء الإعلام وكأنه ليس طرفاً فاعلاً ومشاركاً في فوضى الإعلام، الأغرب أن أغلبية الجمهور تستهلك ما يقدمه الإعلام وتصدق، وترضى بمسرحة الأحداث وادعاءات النقل الفوري ومعايشة الأحداث، طبعاً سيقال إن حالة الرضا هي جزء من ظاهرة استسلام الحشود للميديا في عصر الصورة والسموات المفتوحة والعولمة، لكن هذا التفسير ليس صحيحاً، لأن الجمهور المصري منقسم ويعيش حالة من الصراع والاستقطاب، جعلته يتابع الميديا التي تؤكد قناعاته وميوله وتعمق في الوقت ذاته انقسامه، فأغلبية الجمهور تتابع فقط الإعلام المؤيد لثورة ٣٠ يونيو وخارطة



الطريق، وأقلية مؤثرة تقاطع تقريبًا الإعلام الرسمي والخاص، ولا تصدق سوى الجزيرة وأخواتها!!، وبين المعسكرين ثمة معسكر ثالث، يعاني من أزمة ثقة في كل ما يقدمه الإعلام المؤيد والمعارض عن الأحداث السياسية وبرامج الرأي، ويهرب من فائض المعلومات والآراء وتناقضها وتضاربها، إلى عالم التسلية وبرامج المسابقات والطهي والمسلسلات.

انقسامات الجمهور وتفتته هو نتاج للفوضى الإعلامية، وربما كان الانقسام والاستقطاب في المجتمع أحد أسباب فوضى الإعلام، وتحوله إلى منصات للصراع السياسي والاجتماعي، على حساب المهنية واحترام حق الجمهور في معرفة الحقائق والفصل الواضح بين الخبر والرأي، ومهما كانت علاقة التأثير المتبادل بين الانقسام والاستقطاب في المجتمع وفوضى الإعلام، فمن الضروري التسليم بأن هناك قنوات عربية- في مقدمتها الجزيرة وأخواتها- وقنوات أجنبية ناطقة بالعربية، صارت فاعلاً محلياً يؤثر ويعمق من انقسامات المصريين ويهدد المصلحة الوطنية.

إذن الفوضى الإعلامية ليست فقط في تراجع مستويات المهنية وانتهاك موثيق الشرف الإعلامي، وإنما في زيادة أدوار الفاعلين الإعلاميين الأجانب في الجمهور المصري، وتراجع تأثير إعلام الدولة لصالح إعلام رجال الأعمال وشركات الإعلانات، والأخطر حالة سكوت الحكومة والنخبة والجمهور على الفوضى نفسها، ما يعمق منها ويسمح بانتشارها في المجتمع، حيث يعود الجميع على قبولها والتعايش معها، ويصبح لدينا إعلام الصوت الواحد أو إعلام بعين واحدة، وأظن أن الفوضى الإعلامية الحالية ترجح هذا السيناريو، حيث سيندفع إعلام رجال الأعمال للتقرب بدرجة أكبر لمن بيده السلطة، ولأشك أن استمرار هذه الفوضى يهدد مصلحة الوطن وعملية التحول الديمقراطي، ما يتطلب الإصلاح الشامل لمنظومة الإعلام الوطني.

باختصار لا يمكن ضمان حقوق الاتصال للمواطنين، وحصولهم على معلومات دقيقة عن واقعهم، في ظل الفوضى الإعلامية الحالية، وبالتالي لابد من تحرك رئيس الجمهورية

والبرلمان بسرعة وحسم، لتنظيم أوضاع الإعلام، وليس فقط وضع ميثاق شرف إعلامي كما نصت خارطة الطريق في ٣ يوليو ٢٠١٣، لأن هذا الميثاق لا يكفي، وإنما المطلوب هو إعادة بناء النظام الإعلامي على أسس جديدة أقرها دستور ٢٠١٤، مع تشجيع الإعلاميين على تنظيم أنفسهم في نقابات مستقلة، تكون قادرة على وضع موثائق شرف تنظم عملها. من هنا أقترح على الرئيس والبرلمان إصدار ثلاثة قوانين فقط ضرورية لتنظيم الإعلام والعمل بها، وهي:-

١- تحويل صلاحيات وزارة الإعلام للمجلس الأعلى للإعلام، والهيئة الوطنية للصحافة، والهيئة الوطنية للإعلام المرئي والمسموع، كل فيما يخصه وفي ضوء المهام والوظائف التي نص عليها الدستور.

٢- قانون بتشكيل المجلس الأعلى للإعلام وهيئة الصحافة وهيئة الإعلام المرئي والمسموع، على أن تكون الهيئات الثلاث وصلاحياتها وتمويلها مستقلة تمامًا عن السلطة التنفيذية.

٣- قانون يطلق حق الإعلاميين في تشكيل نقابات مستقلة تدافع عن مصالحهم، وتمكنهم من التنظيم الذاتي للمهنة، ووضع موثائق شرف إعلامي، علمًا بأن هذه الخطوة تأخرت كثيرًا، حيث نصت خارطة الطريق في ٣ يوليو ٢٠١٣ على "وضع ميثاق شرف إعلامي يكفل حرية الإعلام ويحقق القواعد المهنية والمصادقية والحيدة وإعلاء المصلحة العليا للوطن". في الوقت نفسه يمكن لنقابة الصحفيين أن تقوم بتطوير ميثاق الشرف الحالي، كي يتواءم مع التغيرات في ملكية وإدارة الصحافة الورقية والإلكترونية.

المقترحات السابقة تبدو غريبة ومتعجلة من وجهة نظر بيروقراطية الدولة والإعلام، وغير عملية من وجهة نظر أصحاب الصحف والقنوات الخاصة، لكنني أعتقد أن قدرًا من الخيال والجرأة، والأهم القدرة على التفكير من خارج الصندوق، يضمن التعامل بجدية،

وربما الاستجابة لتنفيذ هذه المقترحات، وهنا أرى أن التجربة والخطأ ستكون أفضل كثيراً من استمرار فوضى الإعلام، كما أن التجربة قد تكون ضرورية لتوضيح الغموض، وفك الارتباك والتدخل بين عمل وصلاحيات الهيئات الإعلامية الثلاث التي نص عليها الدستور وتركها لاجتهاد القانون، إن دعوتي لسرعة التحرك لإيجاد هياكل تنظيمية وإشرافية على الإعلام، قد تسمح بوقوع أخطاء، لكن لا بديل عن هذه المحاولة من أجل الحفاظ على الأمن القومي وإنقاذ الإعلام من الفوضى، وتحويله إلى إعلام مسئول ومشارك بنزاهة وشفافية في عملية التنمية والتحول الديمقراطي، علماً بوجود علاقة ارتعاش وتأثير متبادل بين نجاح التحول الديمقراطي وتنظيم الإعلام وضمان حريته، فالتنظيم ووقف الفوضى لا يعني تقييد حرية الإعلام والإعلاميين، بل لابد من ضمان حرية الرأي والتعبير لضمان سلامة وفاعلية عملية التنمية وتحقيق العدالة الاجتماعية.

\*\*\*

## ثانياً: تعالوا نتحيز!!

هناك مقولات تتحول إلى أساطير توظف بطريقة خاطئة سياسياً وأخلاقياً، ومن أشهر تلك المقولات التي تشيع في الخطاب السياسي والإعلامي، أنه لا يوجد إعلام محايد وموضوعي في العالم، وأن وسائل الإعلام في أعرق الدول الديمقراطية يملكها أفراد، وتعمل كمشروعات تسعى للربح، وبالتالي فهي تخدم مصالح من يملكها أو يتحكم فيها أصحاب الإعلانات أو الحكومات.

طبعاً هذه ليست الحقيقة، وإغما نصف الحقيقة، لأن هناك تفاصيل وضوابط كثيرة يجري تجاهلها بشأن ملكية وسائل الإعلام ودورها في النماذج الديمقراطية المختلفة، وهذا التجاهل يعكس أحد أمرين: إما الجهل، أو المعرفة. ولكن مع تعمد خلط الأوراق، وتوظيف نصف الحقيقة في الادعاء بأن من حق الإعلام الخاص والعام أن يمارس التحيز، ومن ثم حق أصحاب القنوات والصحف الخاصة الذين ينفقون على تلك الوسائل الإعلامية تحويلها إلى أدوات لخدمة مصالحهم، ومن حق الدولة بالتالي توظيف اتحاد الإذاعة والتليفزيون للدفاع عن سياساتها بالحق أو بالباطل. هذا المنطق مرفوض جملة وتفصيلاً وبعيداً تماماً عن علاقة الإعلام بالسياسة في أي مجتمع ديمقراطي أو في طريقه للتحول الديمقراطي مثل مصر.

لأن واقع الحال للإعلام في التجارب الديمقراطية لا يسلم بفكرة تحيز وسائل الإعلام وخضوعها لمن يملكها أو يدفع لها، من خلال الإعلان أو أي أشكال أخرى من الدعم المالي، وهناك دراسات كثيرة تقيس مدى مهنية الأداء الإعلامي واقتربها من الحياد والموضوعية، وتنطلق هذه الدراسات من فرضية أن موضوعية وحياد الإعلام أمر مهم وضروري، لكن من الصعب تحقيقه، ومن ثم فالموضوعية والحياد في الإعلام غاية كبرى، يعمل المجتمع والإعلاميون على الوصول إليها، وقد لا تتحقق بنسبة ١٠٠ %، لأن الكمال عملية صعبة،

لكن من الضروري تحقيق مستويات مرضية تجتهد في الاقتراب من الكمال، ولتكن على سبيل المثال ٧٠٪ أو أكثر أو أقل.. المهم أن نحاول، وذلك من خلال مجموعة من الضوابط والآليات التي تحقق أكبر قدر من المهنية والتوازن والموضوعية في كافة الأنشطة الإعلامية، وأهم تلك الضوابط: أولاً: قوانين تمنع الاحتكار ونشر أخبار وآراء تحض على العنف والكراهية والتمييز.

ثانياً: ضوابط وقواعد مهنية تشرف عليها هيئات مستقلة لتنظيم الإعلام ونقابات مستقلة للعاملين في الإعلام.

ثالثاً: جمعيات تنتمي للمجتمع المدني تدافع عن حقوق الجمهور في الحصول على أخبار ومعلومات تتسم بالدقة والتوازن وعدم الخلط بين الرأي والخبر.

رابعاً: برلمان منتخب بشكل ديمقراطي يراقب الأداء العام في المجتمع بفاعلية وكفاءة، ويطور القوانين والتشريعات التي تحمي الأمن القومي وحرية الإعلام.

وللأسف الشديد ونتيجة أسباب كثيرة، نفتقر في مصر لمعظم الشروط السابقة، وبالتالي يتراجع باستمرار أداء إعلامنا على متصل الموضوعية، والحياد، فلا يحقق أحياناً، وتجاه بعض القضايا، أكثر من ١٠ ٪ وربما أقل من ذلك، وعندما نشكو من تراجع الحياد والمهنية، يخرج علينا البعض صارخاً: الإعلام في كل العالم متحيز.. ويقدمون نماذجاً لتحيز بعض وسائل الإعلام الأمريكية أو البريطانية، وهي نماذج صحيحة، لكنها تواجه داخل مجتمعاتها بالنقد والتوجيه، كما أن هذه النماذج الغربية المتحيزة لا تدعونا أو تبرر لإعلامنا أن يمارس التحيز.

والمفارقة أن مناخ ثورة ٢٥ يناير سمح بحرية الإعلام، وأطلق حق الأفراد والشركات في إصدار صحف وقنوات، من دون أن يطور من آليات تنظيم الإعلام والرقابة الذاتية والمجتمعية عليه، وبالتالي عانينا من تدهور مستويات الأداء المهني، والتسييس في الإعلام،

والتحيز بلا ضوابط، وأفرز هذا المناخ الفوضوي المقولة الأسطورية الزائفة "مفیش إعلام محايد"، والتي توظف لتبریر التحيز، ومنح رجال الأعمال والإعلان مشروعیة توظيف وسائل الإعلام للدفاع عن مصالحهم!!

والكارثة أن بعض مروجي مقولة «مفیش إعلام محايد وموضوعي» يتفلسفون، ويشترطون فقط أن كل وسيلة إعلامية عليها فقط أن تعلن بوضوح عن سياساتها التحريرية التي تتضمن تحيزها السياسي أو الحزبي، ولا تخفيه!!، حتى يكون الجمهور والعاملين فيها على معرفة بمواقف وتحيزات الوسيلة الإعلامية، وبالتالي على الجمهور أن يقرر متابعة تلك الوسيلة أم لا!!، وعلى كل صحفي أن يقرر الاستمرار في العمل أو إنهاء خدمته، بل إن أصحاب هذه الفلسفة الشكلاية البعيدة عن الواقع يبررون حق الوسيلة الإعلامية في إنهاء خدمة الصحفي الذي يختلف مع سياساتها التحريرية وتحيزها.

وهنا لابد من مناقشة تلك المقولات الزائفة والتي تقع في مناطق رمادية بين الحقائق والأكاذيب، وأول تلك الأكاذيب أن السياسة التحريرية لأي وسيلة إعلامية لا تعني إعلان التحيز السياسي والحزبي، وإنما تحديد التوجهات العامة للوسيلة الإعلامية تجاه القضايا والتحديات العامة التي تواجه الوطن، وحرية الرأي والتعبير، وتحديد القواعد المهنية والأخلاقية العامة التي تلزم الوسيلة نفسها والعاملين فيها عند تغطية الأحداث، وتزويد الجمهور بالأخبار والآراء، وإشراكه في إنتاج وتداول المضامين الإعلامية، وأهمها الفصل بين الخبر والرأي، فالرأي حر والخبر مقدس، والتوازن في نقل الأخبار وعرض الآراء، وتحري الدقة وعدم تلوين الأخبار.

وبالتالي فإن الالتزام بالسياسة التحريرية لا يتعارض وتنوع الآراء في المؤسسة الإعلامية، أو اختلاف المواقف السياسية والحزبية للصحفيين، التي تحرص كل مدونات السلوك الإعلامي على أن يخفيها الصحفي أثناء عمله، ولا يظهرها بشكل مباشر أو غير مباشر، لأن مكانها الطبيعي في الحزب الذي ينتمي إليه، وبوصفه مواطن وعضو في حزب وليس صحفياً.

بكلمات بسيطة من حق كل صحفي أن يتحزب كما يشاء خارج مجال عمله ومهنته، ومن حقه إبداء رأيه فيما يكتب من مواد للرأي، لكن عليه أن يفصل بين آرائه وما ينقل من أخبار، ولاشك في صعوبة هذا الفصل على المستوى الذاتي، لكن على الصحفي أن يتدرب على هذا الفصل، كما أن هناك جهات معروفة ومعلن عنها داخل المؤسسة الإعلامية، وفي الهيئات التنظيمية للإعلام وفي نقابات الصحفيين والإعلاميين والمجتمع المدني تراقب مدى قدرة الصحفي على الفصل بين انتمائه الحزبي والتزامه بالقواعد المهنية، ولديها صلاحيات كاملة للتحقيق في أي مخالفات وتوقيع عقوبات رادعة على المخالفين، قد تصل إلى الوقف عن العمل أو سحب ترخيص ممارسة مهنة الصحافة.

\*\*\*

## ثالثاً: الإعلام المصري بعد عام من حكم السيسي

غابت الرؤية.. وتراجع التعدد والتنوع.. وفشل في مواجهة الإرهاب:

من الصعب متابعة وتقييم أداء الإعلام القومي وإخاص هنا، فالمساحة لا تكفى والتفاصيل والوقائع كثيرة ومتنوعة، مع ضرورة تحليل مكونات النظام الإعلامي المصري وعلاقته بالنظام السياسي قيد التشكل، ثم لابد من تحديد معايير تقييم الإعلام وعلاقتها بأولويات السياسة المصرية، كما أفصح عنها الخطاب الرئاسي في سنته الأولى، وأعتقد أن الحفاظ على الدولة، ومحاربة الإرهاب وتحقيق الأمن، وإنقاذ الاقتصاد، واستعادة دور مصر الأفريقي، هي أهم أولويات خطاب السيسي، أما التحول الديمقراطي والإعلام فلم يتصدرا تلك الأولويات.

أولاً: غياب الرؤية:

بالرغم من اهتمام الخطاب الرئاسي بملف الإعلام ودوره في تحقيق هذه الأولويات، إلا أنه لم يطرح رؤية واضحة حول إعادة هيكلة منظومة الإعلام المصري، وكيفية تطوير أدائها، وتفعيله لخدمة أولويات السياسة والمجتمع، واكتفى الخطاب الرئاسي في سنته الأولى بحديث عام عن أهمية دور الإعلام في توحيد صفوف المصريين، وفضح الفكر الإرهابي والمؤامرات التي تحيط بالوطن، وظهرت عديد من الإشارات تجاه بعض الأدوار غير المطلوبة من الإعلام وبعض الإعلاميين، لكن دونما تدخل مباشر من الرئاسة أو الحكومة، ربما باستثناء مصادرة أعداد محدودة من بعض الصحف الخاصة، أما فيما يتعلق بتوقف بعض البرامج التلفزيونية في القنوات الخاصة أو بعض الكتاب الصحفيين، وتراجع التعدد والتنوع في الخطاب الإعلامي، فإن الرئاسة والحكومة بعيدة تماماً عن هذه القرارات، ولا يوجد ما يثبت أنها تدخلت، وأعتقد أن أصحاب القنوات والصحف الخاصة بادرت بذلك خوفاً من الدخول في مشكلات مع الحكومة بسبب بعض المضامين النقدية، ما يعني أنهم تصرفوا بحسب قاعدة أن نكون ملكيين أو حكوميين أكثر من الحكومة نفسها.



والمفارقة أن غياب الرؤية استمر بالرغم من إلغاء وزارة الإعلام، وتراجع مستويات المهنية في الإعلام، وزيادة التسييس وانتهاك ميثاق الشرف الإعلامي في إعلام الدولة والإعلام الخاص، مع الإقرار بأن التجاوزات في القنوات الخاصة تفوق بكثير مثيلاتها في قنوات ماسبيرو، التي ما تزال رغم ضعف إمكانياتها المالية والفنية أكثر التزامًا بضوابط العمل الإعلامي، وتجدر الإشارة إلى أن لجنة مراقبة الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات الرئاسية انتهت إلى أن قنوات ماسبيرو كانت الأكثر توازنًا وإنصافًا في تغطية الانتخابات الرئاسية. وأحسب أن مواد الدستور الثلاث (المواد ٢١١، ٢١٠، ٢١٣)، إضافة لمواد حرية الرأي والتعبير والحق في الحصول على المعلومات، توفر أساسًا جيدًا لرؤية شاملة لإعادة تنظيم الإعلام العام والخاص، إلا أن الرئيس والحكومة لم يبادرا بتفعيل هذه المواد من خلال إصدار قرارات بقوانين تنظم الإعلام وتضمن حريته، وتكفل حقوق المجتمع والمواطنين في الحصول على إعلام متوازن ودقيق، وبعيد عن الخضوع لسلطة الحكومة أو سلطة رأس المال أو الإعلان.

#### ثانيًا: الاستمرارية والتغيير في أوضاع الإعلام:

يمكن القول بأن منظومة الإعلام المصري العام والخاص لم يطلها تغيير كبير في السنة الأولى من حكم السيسي، واستمرت على حالها، ما يعني أن عناصر الاستمرار بكل مشكلاتها وأزماتها كانت أكبر بكثير من عناصر التغيير التي جاءت محدودة وغير مؤثرة، ويمكن عرض أهم عناصر مكونات النظام الإعلامي بهدف الوقوف على عناصر الاستمرار والتغيير فيه:-

- ١- أمطار الملكية والتمويل والإدارة: لم يطرأ أي تغيير على أمطار الملكية والإدارة، واستمر اعتماد إعلام الدولة أو الإعلام القومي على الدعم الحكومي، كما استمر تراجع مكانته وتأثيره لأسباب كثيرة، منها ما هو تاريخي موروث، والآخر حديث ومرتبطة بمرحلة ما بعد الإطاحة بمبارك، وحكم السيسي، مرورًا بحكم

المجلس العسكري فالإخوان، فقد سمحت حكومات ما بعد الثورة للقطاع الخاص بإطلاق عشرات الصحف والقنوات الفضائية من دون التدقيق في مصادر تمويلها وإدارتها، ومن دون محاولة تغيير القوانين المنظمة للإعلام، أو للإعلاميين، علاوة على غياب نقابات للعاملين في الإذاعة والتلفزيون، وعدم وجود موثيق الشرف الإعلامي، في الوقت نفسه أبقى الحكومات على الإعلام المملوك للدولة على حاله، فلم تحاول تطويره وتحويله إلى إعلام للخدمة العامة، وإنما على العكس حاولت كل تلك الحكومات على اختلاف توجهاتها السياسية توظيفه لصالحها، ما أضعف مصداقيته بين الجمهور، وتراجع معدلات متابعته، وبالتالي تراجع حصيلة الإعلانات، ومن ثم زيادة اعتماده على الدعم الحكومي، والذي لا يكفي للوفاء بإمكانات تطوير قدرات إعلام الدولة الفنية، وقدراته على منافسة الإعلام الخاص والإعلام الأجنبي الناطق باللغة العربية، لقد تراجع تليفزيون الدولة لصالح القنوات الخاصة، والتي أصبحت الأكثر انتشاراً ومشاهدة بين المصريين، لذلك تستحوذ على نصيب الأسد من كعكة الإعلانات، وثمة مؤشرات تؤكد انخفاض التمويل المخصص للقنوات والصحف الخاصة، منها توقف بعض القنوات وصعوبة الأوضاع المالية في عدد من القنوات والصحف الخاصة.

٢- التشريعات والقوانين: إستمر العمل بتشريعات وقوانين وتنظيمات إعلامية قديمة وموروثة من عصر مبارك، أو عصر مرسي، وهو ما سمح باستمرار الفوضى الإعلامية والابتعاد عن المهنية، وغياب موثيق الشرف الإعلامي، ما أدى إلى تنامي دور الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي التي تقدم إعلاماً موازياً وفعالاً بين الشباب (غالبية المجتمع)، لكنها تعاني نقص المصداقية وتحويلها إلى منصات للاستقطاب والتشاحن السياسي، ولاشك أن المشكلات السابقة تكشف عيوباً هيكلية في بنية الإعلام وأدائه، والأخطر أن هذه العيوب مستمرة وقابلة للتضخم لأنه لا توجد جهود جادة لعلاجها، فالأطر القانونية والتنظيمية لم تتغير،

والأوضاع النقابية والمهنية للإعلاميين باقية، وتتعرض محاولات إقامة نقابة أو نقابات مستقلة للإعلاميين في الإذاعة والتلفزيون، وكذلك لا يوجد اهتمام كافٍ لتشكيل جمعيات أهلية للدفاع عن حقوق الجمهور في الاتصال والإعلام.

٣- تراجع الممارسات المهنية: استمرت خلال العام الأول من حكم السيسي كثير من الممارسات الإعلامية التي تسيء لقواعد العمل الإعلامي، وتخرج عن الثقافة المصرية والعادات والتقاليد، فضلاً عن تأثيرها السلبي على الأمن القومي ومصالح مصر الخارجية، حيث أدت بعض النماذج الصارخة إلى الإساءة لعلاقة مصر ببعض البلاد العربية لشقيقة، كما لم يقدم الإعلام التوعية المطلوبة لمواجهة الإرهاب، واتسمت أغلب التغطيات بالמושمية والصراخ، بعيداً عن التحليل والمتابعة والتقييم، واستمرت ظاهرة المذيع أو مقدم البرامج صاحب ومدير القناة، والمذيع الداعية الذي يتحدث للجمهور وينصب من نفسه مرشداً ومصلحاً، من دون أن يمتلك مقومات القيام بهذا الدور، ويمكن القول إن أداء إعلامنا تراجع على متصل الموضوعية والحياد فلم يحقق أحياناً أكثر من ١٠ ٪، وربما أقل من ذلك.

٤- علاقة الجمهور بالإعلام: تؤكد أدبيات الإعلام والمواثيق الدولية على حق المواطن في الاتصال، أي المشاركة في إنتاج ومراقبة المضامين الإعلامية، إضافة إلى حق الجمهور في المعرفة والحصول على المعلومات الصحيحة والمتوازنة، والشاهد أن كثيراً من هذه الحقوق غائبة، نتيجة تقاليد وممارسات تعود لسنوات ما قبل ثورة يناير، وقد استمرت وتعمقت تلك الممارسات في ظل استمرار منع النشر في بعض القضايا، ولامهنية إعلامنا في معظمه، وانغماسه في صراع محموم وغير عقلاني، يعتمد على الإثارة والتسطيح، لذلك هناك حالة عامة من عدم الرضا عن أداء الإعلام المصري، سواء بين أفراد النخبة أو الجماهير، ما يدفع قطاعات عريضة من الجمهور المصري لمتابعة قنوات عربية أو أجنبية ناطقة باللغة العربية.

ختامًا، هناك متغيرات أخرى من الضروري التعرض لها، لتقديم إطار موضوعي متكامل، للحكم على أوضاع الإعلام في السنة الأولى للسياسي، وأهم تلك المتغيرات: أولاً: مدى إتاحة المعلومات وتعدد وتنوع الآراء في الإعلام، وثانيًا: اتجاهات المحتوى الإعلامي وهل تراجع التحيز الموروث في الخطاب الإعلامي لصالح المدن والطبقة الوسطى على حساب الريف والفقراء (أغلبية هذا الوطن)، وهل هناك آليات داخلية في وسائل الإعلام المختلفة للمتابعة وتقييم الأداء الإعلامي ونوعية المضامين والأشكال المقدمة، وثالثًا. وأخيرًا: أوضاع الإعلاميين والتي أعتقد أنها في حاجة إلى مزيد من الدعم المعنوي والمادي علاوة على التدريب والتأهيل، لكن قناعتني دائمًا أن الإعلاميين هم الحلقة الأضعف في مواجهة السلطة السياسية ونفوذ رجال الأعمال وشركات الإعلان، لذلك لابد من تعزيز تنظيماتهم النقابية والحفاظ على استقلالها، إن التحليل العام لكل مكونات النظام الإعلامي تؤكد أن عناصر الاستمرار والفوضى وتراجع الأداء، أكثر بكثير من عناصر التغيير، حتى يمكن القول إن الإعلام لم يتغير وبقي على حاله من اللامهنية والفوضى، والانفصال عن هموم أغلبية المواطنين، والعجز عن مواجهة الإرهاب، وصيانة التنوع والتعدد، علاوة على عدم قدرته على منافسة الإعلام العربي والأجنبي الناطق باللغة العربية.

\*\*\*



## رابعاً: حرية الإعلام في دستور ٢٠١٤

مقدمة: (٢٥)

أنهت لجنة الخمسين تعديل دستور ٢٠١٢ "الإخواني"، واستحدثت ٤٢ مادة من أصل ٢٤٧ مادة، عكست في مجملها تجارب ومخاوف من تكرار أخطاء وتجاوزات سنوات حكم مبارك الطويلة، وحكم الإخوان السريع، والأهم تأثرت بمناخ الاستقطاب والاضطراب السياسي بين الإخوان والقوى المدنية من جهة، والصراعات بين القوى والأحزاب التي تشكل تحالف ٣ يوليو وتدعم الحكم الجديد من جهة ثانية؛ لذلك كانت عملية كتابة الدستور صعبة ومعقدة، وخضعت لمواءمات وتسويات سياسية واجتماعية عديدة، أنتجت في الأخير دستوراً جديداً وليس مجرد تعديل شامل.

الدستور الجديد حرص على إرضاء كل أطراف تحالف ٣ يوليو المهتد حاليًا بالانهيار، كما حرص وبنفس الدرجة على تأكيد الاختلاف مع دستور ٢٠١٣ الذي خضع للهيمنة السياسية والثقافية للإخوان؛ لذلك لا يمكن المقارنة بين الدستورين نظراً لاختلاف الرؤية والمسلمات والسياق، وتوازنات القوى الاجتماعية والسياسية، وطبيعة الأطراف المشاركة في كتابة دستور ٢٠١٢، وتعديل دستور ٢٠١٤، فقد نص الأخير على مدنية الحكومة، وأن أحكام المحكمة الدستورية هي المرجع في تفسير مبادئ الشريعة الإسلامية، وألغى المادة ٢١٩ التي كانت تفسر مبادئ الشريعة، وتوسع الدستور الجديد في تحديد وتأكيد الحقوق والحريات والالتزام بالمعايير الدولية الإنسانية، ونص الأول على الضرائب التصاعدية، وعلى تحديد نسب للإنفاق الحكومي على التعليم والصحة والبحث العلمي تتصاعد تدريجياً حتى تتفق مع المعدلات العالمية، لكنه نص في الأحكام الانتقالية على العمل بهذه النسب في العام المالي ٢٠١٦-٢٠١٧ (مادة ٢٣٨)، وجاءت المقدمة الأدبية الطويلة في دستور ٢٠١٤ لتحدد رؤية تصالحية منفتحة لتاريخ مصر، لا تختزله في المرحلة الإسلامية أو لتحيز لمكون من مكونات الهوية الوطنية.

---

٢٥- محمد شومان، هل ينقذ الدستور الجديد تحالف ٣ يوليو، الحياة اللندنية، ٤/ ١٢/ ٢٠١٣.

في المقابل ترك الدستور كثيرًا من التفاصيل والإجراءات المهمة للقانون كي ينظمها، وهي عملية سيئة السمعة في الخبرة المصرية، حيث تخضع غالبًا لأهواء أغلبية مهيمنة على البرلمان، أيضًا جرد الدستور الجديد- كسابقه- البرلمان من حق مناقشة موازنة القوات المسلحة، حيث نص على أن مجلس الدفاع الوطني يختص بمناقشة الموازنة والتي تدرج رقمًا واحدًا، كما يؤخذ رأيه في مشروعات القوانين المتعلقة بالقوات المسلحة، وأبقى الدستور الجديد على محاكمة المدنيين أمام القضاء العسكري في تهم تتسم بالغموض والتعميم، واستحدث مادة انتقالية مدتها ٨ سنوات، تشترط موافقة المجلس الأعلى للقوات المسلحة على قرار رئيس الجمهورية بتعيين وزير للدفاع.

### حرية الإبداع والرأي والتعبير:

بالرغم من اختلاف الرؤية والمسلمات والسياسات الاجتماعية والسياسي بين دستور ٢٠١٣، والدستور الجديد، إلا أنه يمكن المقارنة جزئيًا بين الدستورين، بالنظر إلى أوجه التشابه والاختلاف بينهما من أكثر من زاوية، أهمها أن الدستور الجديد يعدل دستور ٢٠١٢ وينتمي للإطار الزمني والاجتماعي والسياسي للدستور القديم، حتي وإن كان هذا الانتماء بمنطق المخالفة ومحاولة التمايز، إلا أنه عكس ظروف وتوازنات المرحلة، كما أن كل منهما يدعي الاعتماد على شرعية ٢٥ يناير، مع انفراد الدستور الجديد بالاستناد إلى شرعية ٣٠ يونيو، من هنا جاءت أوجه الاختلاف في الدستور الجديد، حيث اتخذ مواقف أكثر تسامحًا إزاء حرية الإبداع والرأي والتعبير، ولم يقيدوها- كما فعل دستور ٢٠١٢- بمقتضيات الأمن القومي والدين والأخلاق والآداب، والنظام العام والمستوى الرفيع للتربية، والقيم الدينية والأخلاقية، والوطنية والتقاليد أو الأخلاق أو قيم المجتمع أو الأخلاق العامة، كما لم يجز تعطيل وسائل الإعلام أو غلقها ومصادرتها<sup>(٣٦)</sup>. واستحدث الدستور الجديد (مادة ٤٨) التي تنص، وربما لأول مرة في الدساتير المصرية،

---

٢٦- عبد الله خليل، القيود الدستورية والتشريعية على حرية الرأي والتعبير في دستور مصر ٢٠١٢ والتشريع المصري، قراءة تحليلية، موقع العربية نت، ٢٠١٣/ ٢/ ٣١

على أن الثقافة حق لكل مواطن تكفله الدولة وتلتزم بدعمه، لكن مع ذلك لم يخل الدستور الجديد من قيود على حرية الإبداع والرأي والتعبير، ويمكن القول إن تلك القيود تسربت من دستور ٢٠١٢، وربما مما سبقه من دساتير، بحيث يبدو الأمر وكأنه تقليد في الفقه الدستوري أو آلية تفكير لدى النخبة المصرية، وبالتالي تفشل في إحداث قطيعة معه. وتنقل مباشرة عن المواثيق والمعاهدات الدولية عن حرية الرأي والتعبير، والتي تصدر تبعاً، بحيث تلاحق التطور السريع والمتلاحق في تكنولوجيا الاتصال والإنترنت، والتي توسع من فضاء حريات الرأي والتعبير والإعلام، بما في ذلك الإعلام الجديد New Media، وظهور المواطن الشبكي والمواطن الصحفي.

في هذا السياق نص الدستور على أن حرية الاعتقاد، وحرية الفكر والرأي مكفولة (مادتي ٦٤، ٦٥) كما نص في (مادة ٦٧) على أن "حرية الإبداع الفني والأدبي مكفولة، ولا يجوز رفع أو تحريك الدعاوى لوقف أو مصادرة الأعمال الفنية والأدبية والفكرية وضد مبدعيها إلا عن طريق النيابة، ولا توقع عقوبة سالبة للحرية على الجرائم التي ترتكب بسبب علانية المنتج الفني أو الأدبي أو الفكري، أما الجرائم المتعلقة بالتحريض على العنف أو التمييز بين المواطنين أو الطعن في أعراض الأفراد فيحدد القانون عقوبتها" ما يعني:-

أولاً: الإقرار بعقوبة وقف أو مصادرة الأعمال الفنية والأدبية والفكرية، بالرغم من أن فضاء الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي قضت من الناحية الموضوعية على فكرة الوقف والمصادرة، فمن المستحيل تقريباً استعمال عقوبة الوقف والمصادرة.

ثانياً: كان في مصر قانون الحسبة الذي شجع الكثيرين على رفع قضايا حسبة لوقف الأعمال الفنية والأدبية ومصادرتها، وبعد ما جرى مع الدكتور نصر حامد أبو زيد، عدلت الدولة قانون الحسبة وجعلت الشاكي يلجأ إلى النيابة أولاً، ولا يذهب مباشرة إلى المحكمة، وذلك لضبط المسألة، ومنذ ذلك الوقت والنيابة ترسل القضايا إلى المحاكم، ولولا قضاة متنورون يأتون في الاستئناف بالذات لتعرض الكثيرون



للسجن وصودرت أعمال كثيرة، إذن الإقرار بحق النيابة فقط قديم، ويعني أيضًا حق الناس في الشكوى، أي الحسبة، رغم أن الأعمال الفنية والفكرية لا توجه إلى أحد، أي شخص أو أشخاص محددين<sup>(٢٧)</sup>.

ثالثًا: إمكانية تعرض الفنان أو المفكر لعقوبات سالبة لحرية في الجرائم المتعلقة بالتحريض على العنف أو التمييز بين المواطنين أو الطعن في أعراض الأفراد، وهي ألفاظ مطاطة غير محددة في القانون، ومع ذلك يحدد القانون عقوبتها، وللمحكمة في هذه الأحوال إلزام المحكوم عليه بتعويضات، أي أن المحكمة قد تأخذ أو لاتأخذ بالتعويضات، وقد تطبق عليه عقوبات سالبة للحرية ينص عليها الدستور.

رابعًا: لم يحدد نص المادة ٦٧ المقصود بالطعن في الأعراض، والذي قد يتداخل أو يختلط مع الحق في النقد، خاصة إذا ما ارتبط هذا الخلط بمناخ سياسي استبدادي يخضع لهيمنة أقلية حاكمة، من ناحية أخرى هل تنطبق المادة على الدعوة للتمييز الإيجابي لزيادة تمثيل المرأة والمعاقين والشباب مثلًا، أو تخصيص نسبة لهم في الوظائف العامة؟.

#### حرية الصحافة:

نقل الدستور عيوب (المادة ٦٧) إلى (المادة ٧١) الخاصة بجرائم النشر والعلانية، حيث نصت على عدم توقيع عقوبات سالبة في جرائم النشر والعلانية، ثم انقلبت عليها عندما استثنت الجرائم التي تحض على العنف أو التمييز بين المواطنين أو الطعن في أعراض الأفراد، وهي كما سبقت الإشارة استثناء لطائفة واسعة من الأفعال غير المحددة الأركان، والتي تعتمد على ألفاظ ومفاهيم مطاطة، لم يحددها القانون، مثل الحض على العنف أو الطعن في أعراض الأفراد، والذي قد يختلط أو يتداخل مع حق النقد، أيضًا فإن النص لم يفرق بين الدعوى إلى التمييز الإيجابي والسلبي، وكانت بعض الآراء قد تحفظت

---

٢٧- إبراهيم عبد المجيد، هزيمة المبدعين في الدستور، اليوم السابع، ٦ ديسمبر، ٢٠١٣

على التوسع في عدم توقيع العقوبات السالبة على جرائم النشر والعلانية؛ لأن الأخيرة قد لا تعتمد على وسائل الإعلام، وقد تعتمد علانية السب والقذف بوسائل أخرى، من دون الخوف من عقوبات سالبة للحرية<sup>(٢٨)</sup>، وأرى شخصيًا أن هذا التوسع رغم مشاكله مفيد، لأنه يوفر حماية لحرية الرأي والتعبير في فضاء الإنترنت، وعبر شبكات التواصل الاجتماعي، لأن كل منها يعتبر شكلاً من النشر غير التقليدي والعلانية في آن واحد، وفي كل الأحوال فإنه يمكن توقيع عقوبات سالبة للحرية إذا ما اعتبر هذا النشر أو العلانية تتضمن التمييز بين المواطنين أو الطعن في الأعراض.

وبالنسبة لإصدار الصحف وإنشاء محطات البث الإذاعي والتلفزيوني فقد أكد الدستور حق الأشخاص الطبيعية أو الاعتبارية، عامة أو خاصة، على النحو الذي ينظمه القانون، مع التمييز بين الصحافة المطبوعة التي تصدر بمجرد الإخطار الذي ينظمه القانون، ومحطات البث الإذاعي والمرئي والصحف الإلكترونية التي ينظم القانون إجراءات إنشائها ومملكتها، أي أنه ترك الأمر للقانون والذي كثيراً ما قيد حرية إصدار الصحف وإنشاء قنوات الإذاعة والتلفزيون، مع النص في الدستور ولأول مرة على ضرورة حصول الصحف الإلكترونية على ترخيص، من دون أن تحدد هل تدخل وسائل التواصل الاجتماعي ضمن مفهوم الصحافة الإلكترونية أم لا؟!

وأكدت (المادة ٧١) حظر الرقابة على الصحف ووسائل الإعلام، دون أي إشارة إلى فضاء الإنترنت، خاصة الصحافة الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، كما أجازت فرض رقابة محددة على الصحافة ووسائل الإعلام في زمن الحرب أو التعبئة العامة، وهي كما يرى أحد الباحثين عبارة غامضة وغير دقيقة، وتفتح الباب أمام توغل السلطة التشريعية والتنفيذية على حرية التعبير في أوقات الطوارئ وزمن الحرب والتعبئة العامة<sup>(٢٩)</sup> وأعتقد أن كلمة «محددة» في النص تحتاج إلى توضيح، فهل المقصود هنا تحديد الفترة

---

٢٨- لقاء مع الأستاذ عصام الإسلامبولي المحامي في ١٢/٧/ ٢٠١٣

٢٩- عبد الله خليل، مرجع سابق.

الزمنية أم تحديد مضمون وأشكال الرقابة، وأرست (المادة ٧٢) مبدأ بالغ الأهمية يتعلق بضمان الدولة استقلال المؤسسات الصحفية ووسائل الإعلام المملوكة لها وحيادها، لكن تظل العبرة بالتطبيق، لاسيما مع عدم النص على آليات ووسائل واضحة لضمان تفعيل نص المدة، والحقيقة أن الدساتير المصرية تعاني دائماً من الفجوة بين النص والتطبيق، وعدم التزام القوانين التي تفسر أو تكفل تطبيق مواد الدستور بروح الدستور نفسه، حيث كانت الأغلبية الحاكمة «تفصل» القوانين بما يخدم مصالحها بغض النظر عن روح الدستور وفلسفته.

أما حرية الحصول على المعلومات والبيانات وتداولها فقد نص عليها الدستور كحق تكفله الدولة لكل مواطن، وألزم مؤسسات الدولة بإيداع الوثائق الرسمية، ومنح القانون الحق في تنظيم ضوابط الحصول عليها، من دون النص على التظلم من عدم إتاحة المعلومات (المادة ٦٨)، وكانت (المادة ٤٧) في دستور ٢٠١٢ قد اشترطت عدم المساس بحرمات الحياة الخاصة والأمن القومي وتنظيم القانون لقواعد حفظ المعلومات والوثائق والحصول عليها، ما قد يفيد بأن دستور ٢٠١٢ قد تشدد في وضع ضوابط وقيود على الحصول على المعلومات، مقارنة بالدستور الجديد، لكنه في المقابل منح المواطن حق التظلم من رفض إعطاء المعلومات، وما قد يترتب على هذا الرفض، ويبدو أن لجنة الخمسين قد ذهبت إلى أن أسباب حجب بعض المعلومات بما فيها اعتبارات الأمن القومي قد تتغير مع تغير الزمن والظروف السياسية والاجتماعية، ومن ثم فإن محلها القانون وليس الدستور<sup>(٣٠)</sup>.

هكذا توسعت (المادة ٦٨) في الدستور الجديد في إحالة كثير من الجوانب التنظيمية لإتاحة المعلومات والحصول عليها للقانون، وأعتقد أن هذه الإحالة تشجع المدافعين عن الحق في إتاحة وتداول المعلومات لاستكمال نضالهم من أجل تطوير مواد القانون، بحيث يتماشى مع المواثيق والمعاهدات الدولية، والتجارب العالمية في دول التحول الديمقراطي، وبحيث لا يتوسع في المنع والاستثناء، في هذا الإطار ثمة مطالب بضرورة توسيع نطاق

---

٣٠- ماجد عثمان، حرية تداول المعلومات والأمن القومي في الدستور، الشروق، ٢٠١٣ / ١١ / ٣

المعلومات والبيانات الرسمية بحيث تشمل كل الهيئات العامة، وكل الشركات التي تساهم فيها الهيئات العامة بأكثر من ٥٠٪ من رأسمالها، علاوة على ضرورة وجود هيئات مستقلة تقوم بضمان التزام الهيئات والمؤسسات العامة بالإتاحة القصوى للمعلومات وتتولى الفصل في الشكاوى المقدمة ضد الهيئات التي ترفض تقديم بعض المعلومات.<sup>(٣١)</sup>

### تنظيم الإعلام:

خصص الدستور ثلاث مواد لتنظيم المؤسسات الإعلامية المملوكة للدولة، واستحداث وتفعيل آليات ضمان جودة الإعلام، واحترام أخلاقياته ومنع الاحتكار، وقواعد الإفصاح والشفافية المالية والإدارية، وضمان حقوق الإعلاميين والمواطنين والعام، حيث نصت (المادة ٢١١) على إنشاء المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام كهيئة مستقلة، تختص بتنظيم شئون الإعلام المسموع والمرئي، والصحافة المطبوعة والرقمية، وضمان حماية حرية الصحافة والإعلام، ويلاحظ التشابه الكبير بين هذه المادة ومثيلتها في دستور ٢٠١٢ والتي وردت برقم ٢١٥، وكانت الأخيرة تنص على إنشاء المجلس الوطني للإعلام، وتمنحه بطريقة غير مباشرة سلطات رقابية على الإعلام، إذ نصت المادة ٢١٥ من دستور ٢٠١٢ على وضع ضوابط ومعايير كفيلة بمراعاة أصول المهنة وأخلاقياتها والحفاظ على اللغة العربية، ومراعاة قيم المجتمع وتقاليد البناء.

ويمكن القول بأن المادة شكلت نقلة إيجابية مطلوبة لتنظيم الإعلام، والمفارقة أن المادة ٢١١ في الدستور الجديد جاءت أقل تشددًا من مثيلتها في دستور ٢٠١٢ لكنها لم تتخل عن القيود الرقابية على حرية الإعلام!!، حيث استبدلت المجلس الوطني للإعلام، بالمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، ونصت على وضع معايير لضمان التزام الصحافة ووسائل الإعلام بأصول المهنة وأخلاقياتها ومقتضيات الأمن القومي، وذلك على الوجه المبين بالقانون». ولاشك أن الأمن القومي من المفاهيم الغامضة التي تسمح بتأويلات متناقضة، كما توجد

---

٣١- مركز دعم لتقنية المعلومات، ورقة توصيات عن لتعديلات الدستورية، القاهرة، ٢٠١٣، <http://sitcegypt.org>

له نصوص وتفسيرات متعددة في القانون، ما يسمح بتوظيف المفهوم سياسيًا ودعائيًا ضد الأصوات المعارضة في الصحافة والإعلام، وتحويله في ظروف معينة إلى أداة للقمع والهيمنة الناعمة والخشنة. وخصص الدستور الجديد مادتي ٢١٢، ٢١٣؛ لتنظيم الصحافة والإذاعة والتلفزيون المملوكة للدولة، بينما اكتفى دستور ٢٠١٢ بمادة واحدة اختصت بإنشاء الهيئة الوطنية للإعلام والصحافة للقيام بنفس الدور (مادة ٢١٦ في دستور ٢٠١٢). وهنـب يمكن إبداء ملاحظتين:-

الأولى: لم ينص على قواعد تشكيل المجلس الأعلى للإعلام وهيئة الصحافة وهيئة الإعلام، ونظام عملها، وإنما تركها للقانون، ما قد يسمح لحزب الأغلبية- خاصة في دول التحول الديمقراطي كمصر- باختيارهم وتحديد سلطاتهم، بما يكرس هيمنته على الإعلام والحياة السياسية، كما لم ينص الدستور على تمثيل أصحاب المصلحة، خاصة العاملين في الإعلام، ولم ينص على عدم قابلية أعضاء المجلس والهيئتين للعزل بما يعزز من استقلاليتهم.

الثانية: لم يكن هناك حاجة موضوعية لتشكيل ثلاث هيئات للإشراف على الإعلام وتنظيمه وضمان حريته واستقلاله، وكان من الأجدي ضغطًا للإنفاق، وتجنبًا لتداخل السلطات والصلاحيات وتضاربها، الاكتفاء بمجلس أعلى للإعلام، يحدد الدستور قواعد وطريقة تشكيله، مع إنشاء لجان نوعية من بين أعضائه للإشراف على وسائل الإعلام المختلفة من صحافة أو إذاعة أو تلفزيون أو إعلام جديد، وبحيث يكون الشمول، والتخصص الدقيق والمتنوع منهجًا للعمل الإعلامي، ما يحافظ على وحدة العمل الإعلامي وتكامله.

## الخاتمة:-

أرسن المواد الخاصة بحرية الرأي والتعبير وحرية الإعلام وبنظيم مؤسساته أساساً وقواعد جديدة، من شأنها دعم استقلال وحرية وتنوع الإعلام، لكن هذا التطور لا يمكن اعتباره إنجازاً تاريخياً كما ذهب بعض أعضاء لجنة الخمسين؛ لأن كثيراً من مواد حرية الرأي والتعبير كانت مطالب ثابتة في نضال جماعات حقوق الإنسان وجماعة الصحفيين خلال سنوات حكم مبارك، ومع المد الثوري في ٢٥ يناير انفتح المجال لممارسة تلك الحقوق على أرض الواقع، ما فرض على دستور ٢٠١٢ الأخذ ببعضها وتقييد البعض الآخر، واعتقد أن منهج لجنة الخمسين في العمل وصياغة الدستور لم يبتعد كثيراً عن المنهج الذي اتبعته لجنة المائة في كتابة دستور ٢٠١٢، وهو منهج إصلاحي متدرج، ومتعدد بين إطلاق وتقييد حرية الرأي والتعبير وحرية الإعلام والحصول على المعلومات، منهج يقاوم الأخذ بأحدث المواثيق والمعاهدات الدولية في مجال الحريات، ويرفض أيضاً كتابة التفاصيل على نحو ما يذهب إليه الجيل الرابع من الدساتير، والتي تقلص سلطات المشرع في سنّ قوانين قد لا تتفق وروح الدستور كوثيقة توافقية، قابلة للتعديل والتطوير<sup>(٣٧)</sup>.

لذلك بقيت في الدستور الجديد قيوداً وصياغات عامة تمثل ألغماً موقوتة؛ لذلك يصح القول بأن وعود حرية واستقلال الإعلام وحرية الرأي والإبداع والتعبير في الدستور الجديد تظل رهناً بالتطبيق على أرض الواقع والممارسة العملية في المستقبل، خاصة وأن هناك عدة محاذير في مقدمتها إحالة كثير من الأمور التنظيمية والإجرائية للقانون، والذي سيخضع للمشرع وللأغلبية البرلمانية، التي تعلمنا درس التاريخ أنها في تجارب التحول الديمقراطي تجنح للهيمنة ومحاولة توظيف الإعلام لصالحها، ولأشك أن الحالة المصرية منذ ٢٥ يناير تؤكد هذا المنحى، والذي يغذيه انقسام ثقافي وسياسي في المجتمع، وبين النخب التي تفشل في التفاوض والاتفاق على حلول وسط.

---

٣٢- سمير مرقص، دليل المواطن المصري للدستور المصري، المصري اليوم، ٢٥/٩/٢٠١٣، ١٠/١/٢٠١٣

من هنا لابد لقوى الثورة ولجماعة الإعلاميين وجمعيات حقوق الإنسان من مواصلة الضغط من أجل إصدار قوانين تحترم حرية الرأي والتعبير واستقلال الإعلام ومهنيته، وتحارب الاحتكار وهيمنة الإعلانات، وتنحاز لحقوق المواطنين في الاتصال وإعلام ولحقهم في الحصول على المعلومات، باختصار حرية الرأي والتعبير والإعلام معركة طويلة، ولابد من خوضها بكل الوسائل السلمية، ومن خلال أساليب الضغط السلمي والحوار المجتمعي الواسع والتفاوض، وتقديم أفكار وبدائل حول شروط اختيار أعضاء المجلس الأعلى للإعلام وهيئة الصحافة والإذاعة والتلفزيون، وطريقة عملهم وكيفية ضمان استقلالهم، علاوة على تحديد مفاهيم (التحريض على العنف، والتمييز، والطعن في الأعراض).

\*\*\*

## خامسا: الدستور ينقذ إعلامنا من الانهيار

منذ يناير ٢٠١١ والإعلام المصري يتعرض لتحولات متسارعة، ومأزومة، سواء في بنيته، وخطابه، أو تمويله وإدارته، وعلاقته بالسلطة والجمهور، ويبدو أن أزمة الإعلام المصري قد وصلت في تقديري إلى مرحلة الانفجار، ومن ثم لابد للدولة أن تتدخل لحلها ليس بالرقابة والمنع، وإنما بالتنظيم المعتمد على الحوار المجتمعي، والتشريع الواضح، والذي يؤسس هيئات مستقلة نص عليها الدستور، تقوم بوظائف التنظيم والإشراف باسم الدولة والمجتمع.

ولا يتسع المجال للحديث عن أوضاع الإعلام خلال سنوات الثورة، لكن يمكن التوقف عند ستة تحولات رئيسية هي:-

١- أطلقت الدولة في ظل حكم المجلس العسكري حرية إصدار الصحف وإنشاء القنوات من دون رؤية أو تخطيط، واعتمادًا على قوانين وأطر تشريعية قديمة تضيق عن استيعاب مرحلة ما بعد الثورة، والتطور العددي في القنوات والصحف، علاوة على انتشار وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد، وقد أحدث هذا الوضع تراجعًا في مستويات الأداء المهني، وزيادة ملحوظة في التسييس، حيث استخدمت وسائل الإعلام كأدوات للصراع السياسي، وساحة لتقسيم النفوذ بين الدولة ورجال الأعمال، وبين رجال الأعمال أنفسهم، الذين ضحوا أموالًا طائلة لتمويل صحف وقنوات من المؤكد أنها مشروعات خاسرة، لكنها كانت ضرورية كأدوات للدفاع عن مصالحهم في مواجهة السلطة السياسية المتغيرة من المجلس العسكري، ثم حكم الإخوان، فالرئيس الانتقالي، وصولًا للرئيس السيسي.

٢- تراجع تليفزيون الدولة لصالح القنوات الخاصة، والتي أصبحت الأكثر انتشارًا ومشاهدة بين المصريين، لذلك تستحوذ على نصيب الأسد من كعكة الإعلانات،



لكن هذا الوضع حمل نقيضه، حيث صارت القنوات الخاصة في قبضة وكالات الإعلان، والتي تتدخل في الإدارة والتحرير واختيار الأشكال والمضامين!! كما أن كثيراً من القنوات الخاصة وقعت في إشكاليات الإدارة العائلية غير الاحترافية، حيث أسندت مناصب الإدارة إلى أحد أفراد العائلة التي تملك القناة، مما أربك الأداء وخلط بين الملكية والإدارة.

٣- انخفاض التمويل المخصص للقنوات والصحف الخاصة، وذلك لتراجع حاجة رجال الأعمال لتلك الصحف والقنوات، حيث اتضح لهم رفض الرئيس لمحاولات الابتزاز السياسي والإعلامي، ما أدى إلى خفض العمالة والتطوير في أغلب القنوات والصحف، والاستغناء عن خدمات مئات من الفنيين والإعلاميين بطريقة غير لائقة، ومن دون الحصول على تعويض عادل، خاصة وأنه لا يوجد تنظيم نقابي يدافع عن حقوق العاملين في الإذاعة والتلفزيون أو يقدم لهم إعانة بطالة.

٤- إن تراجع العائد السياسي للاستثمار في الإعلام الخاص، وتراجع التمويل، دفع القنوات الخاصة لتقليل جرعة السياسة لصالح الترفيه وبرامج المسابقات والطبخ والرياضة والمسلسلات الهندية، وهو توجه يمكن أن يرفع من حصيلة الإعلان، كما أنه يقلل أيضاً من احتمالات الصدام مع الحكم الجديد، الذي لا يهتم كثيراً بالسياسة والعمل الحزبي، ويركز على مقاومة الإرهاب والمشروعات الكبرى، وأعتقد أن أصحاب الإعلام الخاص أدركوا ذلك واستجابوا له جزئياً، فابتعدت كثير من القنوات عن البرامج السياسية الساخنة، وأوقفت العديد من البرامج النقدية، لكن أصحاب تلك القنوات لم يهتموا بمضامين وأشكال فنية تركز على توعية المواطنين بكيفية مواجهة الإرهاب، وأهمية المشروعات التنموية، أو إبراز قصص النجاح، من هنا فإن هناك حالة عامة من عدم الرضا على أداء الإعلام الخاص.

٥- إن حالة عدم الرضا عن أداء الإعلام الخاص تمتد لتشمل قنوات وإذاعات لدولة، حيث لا تزال غير قادرة على تقديم مضامين وأشكال برمجية تنموية جاذبة، ولا تزال غير قادرة على تطوير أدائها، واستعادة نسب المشاهدة التي وصلت إليها قبل الثورة ثم تراجعت لأسباب كثيرة، وأتصور أن فشل إعلام الدولة في هذه المهمة يرجع لأسباب كثيرة، أهمها حاليًا من وجهة نظري حالة القلق والغموض التي تربك كل العاملين في ماسبيرو بشأن خطط ونوايا إعادة هيكلة إعلام الدولة، وهل سيؤدي ذلك إلى التحول لإعلام خدمة عامة مهني ومستقل عن الحكومة؟، أم أن الإعلام العام سيعود إلى حظيرة الحكومة ويستمر في دور التابع للسلطة، وبالتالي يفقد مصداقيته لدى الجمهور؟ وهل ستؤدي خطط الهيكلية إلى المساس بالحقوق المالية والمهنية للعاملين في ماسبيرو أم لا؟. كل هذه الأسئلة وغيرها لا تزال بلا إجابة نظرًا لانعدام الحوار المجتمعي، والحوار بين أبناء ماسبيرو، بشأن إعادة الهيكلة التي لا يختلف أحد على أهميتها، ولكن الخلاف ينصب حول الرؤية والهدف وأدوات التنفيذ.

٦- إن خفض التمويل المخصص للإعلام الخاص، وثبات دعم الدولة للصحف القومية واتحاد الإذاعة والتليفزيون، قد دفع بكل وسائل الإعلام للصراع على كعكة الإعلان، والإذعان لضغوط ومطالب وكالات الإعلان الأربع الكبار، والتي لابد من وضع قيود قانونية على احتكار بعضها لإعلانات أكثر من صحيفة. القصد حدث تنافس محموم وغير صحي على رفع نسب التوزيع والمشاهدة على حساب المضمون، وذلك من خلال مضامين فضائحية وجنسية، ومزايدات سياسية، وأحاديث واجتهادات غير منضبطة في الدين، وبالرغم من أن الإعلام العام في معظمه ظل بعيدًا عن هذه المنافسة المرضية، إلا أنه غير قادر على توفير احتياجات مالية أساسية تمكنه من التطوير والقدرة على المنافسة مع الإعلام الخاص، وإعلام دول عربية وأجنبية تركز على مخاطبة الجمهور المصري.

التحولات السابقة تلخص المشهد الإعلامي المأزوم الذي يقترب من مرحلة الانفجار، والتي قد تؤدي إلى انهيار المنظومة الإعلامية، فنيًا وبرامجيًا وأخلاقيًا وسياسيًا، فضلاً عن انهيار ثقة الجمهور في أغلب ما يقدم له، لذلك لابد من تحرك سريع لإعادة تنظيم الإعلام المصري وتطوير مستويات أدائه، من خلال إصدار قوانين تفعل مواد الدستور الثلاث الخاصة بإنشاء المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، وهيئتين للصحافة والإعلام المرئي والمسموع، شرط توافر ضمانات استقلال التنظيمات الثلاثة ماليًا وسياسيًا، وما كان يجب الانتظار لحين تشكيل البرلمان وإصدار هذه القوانين التي أصبحنا في أمس الحاجة إليها، للتخلص من حالة الفوضى و«الهرتلة» الإعلامية التي لا تتناسب ومهام المرحلة الوطنية التي نعيشها، أما وقد انتخب البرلمان، فأرجو أن يقوم في أول جلسات انعقاده بإصدار تلك القوانين، في ضوء اجتهادات لجنة الخمسين التي شكلها الإعلاميون.

\*\*\*

## سادساً: مقترحات لإعادة هيكلة الإعلام المصري في ضوء دستور ٢٠١٤

لاشك أن استمرار الفوضى الإعلامية يهدد مصلحة الوطن وعملية التحول الديمقراطي، ما يتطلب تغطية إعلامية متوازنة وفرص متساوية في الإعلام لكل المواطنين، لكن الخوف أن ينحاز الإعلام لفصيل سياسي، ويصبح لدينا إعلام الصوت الواحد أو إعلام بعين واحدة. وأظن أن الفوضى الإعلامية الحالية ترجح هذا السيناريو، حيث سيدافع إعلام رجال الأعمال عن سيده تمامًا كما كان يفعل وما يزال إعلام الدولة.

وبالتالي لابد من تحرك رئيس الجمهورية والبرلمان بسرعة وحسم لتنظيم أوضاع الإعلام، وليس فقط وضع ميثاق شرف إعلامي كما نصت خارطة الطريق في ٣ يوليو ٢٠١٣، لأن هذا الميثاق خطوة تالية بعد إعادة بناء النظام الإعلامي على أسس جديدة أقرها دستور ٢٠١٤، مع تشجيع الإعلاميين على تنظيم أنفسهم في نقابات مستقلة تكون قادرة على وضع موثيق شرف تنظم عملها، من هنا أقترح على الرئيس والبرلمان إصدار وتنفيذ ما يلي:-

١- قانون بتشكيل المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام وهيئة الصحافة وهيئة الإعلام المرئي والمسموع، على أن تكون صلاحيات الهيئات الثلاث وصلاحياتها وتمويلها مستقلة تمامًا عن السلطة التنفيذية.

٢- قانون يطلق حق الإعلاميين العاملين في الإذاعة والتلفزيون في تشكيل نقابة مستقلة تدافع عن مصالحهم وتمكنهم من التنظيم الذاتي للمهنة.

٣- وضع موثيق شرف إعلامي، علمًا بأن هذه الخطوة تأخرت كثيرًا، حيث نصت خارطة الطريق في ٣ يوليو على "وضع ميثاق شرف إعلامي يكفل حرية الإعلام ويحقق القواعد المهنية والمصادقية والحيادة وإعلاء المصلحة العليا للوطن". في

الوقت نفسه يمكن لنقابة الصحفيين أن تقوم بتطوير ميثاق الشرف الحالي كي يتواءم مع التغيرات في ملكية وإدارة الصحافة الورقية والإلكترونية.

إن المقترحات السابقة قدمتها في مقال منشور لي بصحيفة الأهرام في ٨ مارس ٢٠١٤، وطالبت وقتها من الرئيس المؤقت عدلي منصور تنفيذها، أو على الأقل فتح نقاش عام حولها بهدف تنظيم الفضاء الإعلامي قبل الانتخابات الرئاسية والبرلمانية، لكن ما حدث جاء محيراً ومربكاً، فقد ألغيت وزارة الإعلام، وهو ليس هدفاً في حد ذاته، وإنما يجب أن يكون وسيلة لتحقيق حرية الإعلام واستقلاله، خاصة إعلام الدولة، بحيث يكون إعلاماً للشعب وليس إعلاماً تابعاً للحكومة، إعلام الشعب أو الخدمة العامة يجب أن يعبر عن كل أطراف المجتمع من حكومة ومعارضة، نساء ورجال، شباب وشيوخ، مسلمون وأقباط، فلاحون وصعايدة، بدو ونوبيون، يعبر عن كل هؤلاء بدون تمييز، ويمنح الجميع فرصاً متساوية للظهور في الإعلام وإنتاجه وتداوله.

لذلك أحذر من خطورة سيناريو استبدال هيمنة وزارة الإعلام بهيمنة اتحاد الإذاعة والتلفزيون أو المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، وهذا التحذير له ما يبرره، حيث ألغيت الوزارة من دون أن تطرح رؤية واضحة لمستقبل الإعلام، وكل ما صدر من تصريحات هي عبارة عن وعود غامضة بشأن تشكيل المجلس الأعلى للإعلام وهيئتي الصحافة والإعلام المرئي والمسموع، وهي التنظيمات التي حددها الدستور منذ إقراره، وتحتاج إلى قوانين تحدد تشكيل وصلاحيات كل هيئة ومصادر تمويلها وطرق عملها والأهم طريقة اختيار أعضائها، وقد أخطأ الرئيس عدلي منصور عندما لم يصدر تلك القوانين والتي كانت كفيلة بتغيير النظام الإعلامي وتنظيمه قبل تولي الرئيس السيسي.

فمواد الدستور لم تحدد طبيعة العلاقة بين المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام وبين هيئتي الإعلام المرئي والمسموع والصحافة، كما لم تحدد علاقة التنظيمات الثلاث باتحاد الإذاعة والتلفزيون وهل سيلغي مجلس أمناء الاتحاد والمجلس الأعلى للصحافة.. أم لا؟،

والمفارقة أن إلغاء وزارة الإعلام لم يحل المشاكل المالية والإدارية والفنية التي يعاني منها الاتحاد، وأخشى أن تُبقي الحكومة على اتحاد الإذاعة والتليفزيون، وعلى مشاكله.. وتشكل في الوقت نفسه هيئة للإعلام المرئي والمسموع، وأخشى أيضًا من انفراد الرئيس وحكومته باختيار أعضاء المجلس الأعلى للإعلام وهيئتي الصحافة والإعلام المرئي والمسموع، وبحيث تأتي أغلبية أعضاء التنظيمات الثلاثة من الإعلاميين والخبراء الطاعنين في العمر (فوق الستين) والموالين للسلطة أيًا كانت طبيعة وتوجهات السلطة.

هؤلاء يمكن وصفهم بالدولاتيين، وهم إعلاميون تقليديون بطبعهم موالين لسلطة الدولة بشكل بيروقراطي، وبالتالي يفتقرون للخيال والقدرة على التجديد والابتكار، كما يميلون بحكم تكوينهم لرفض الآراء المعارضة والتعدد والتنوع، وأعتقد أن هؤلاء الدولاتيون هم آفة مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون والمجلس الأعلى للصحافة، وسر فشل الهيئتين قبل وبعد ثورة يناير، حيث عجزوا عن تطوير أوضاع الإعلام، وفشل المجلس الأعلى للصحافة، تحديدًا في الحوار والتوافق على تغيير رؤساء مجالس وتحرير الصحف القومية، فاستمروا في أماكنهم لأكثر من ستة أشهر بعد ٣٠ يونيو!!، رغم أن بعضهم من المحسوبين على الإخوان!!

على أي حال فإن إلغاء وزارة الإعلام لم يحقق استقلال وحرية إعلام الدولة، لكن ما حدث قد يسرع عملية تفعيل مواد الدستور وتغيير منظومة وأداء الإعلام المصري، خاصة في ظل المخاوف على حرية الإعلام في هذه المرحلة، حيث تراجعت مستويات وحدود التنوع واحترام الرأي والرأي الآخر في إعلام الدولة والقطاع الخاص، وهو ما يطرح أسئلة معقدة بشأن حدود المعارضة في ظل حكم السيسي، وهل الصوت الواحد في الإعلام ضرورة للانتصار على الإخوان والإرهاب، أم أنه لا يمكن الانتصار على الإرهاب من دون حرية الإعلام؟.

الأسئلة كثيرة، والمفاهيم والأحكام السائدة عن الإعلام تحتاج إلى مراجعات نقدية ودراسات علمية بشأن حقيقة ما اصطلح على تسميته بالفوضى الإعلامية، وهل هي تعددية مطلوبة في مراحل التحول الديمقراطي يمكن أن تتطور ذاتيًا من دون تدخل الدولة كي تنظم نفسها أم أنه لا بديل عن تدخل الدولة، في الوقت نفسه ما هو المستوى المطلوب من تدخل الدولة والذي يحافظ على حرية الإعلام وينظمه قانونيًا ويشجع الإعلاميين على التنظيم الذاتي، من دون أن يعصف بحرية الإعلام، ويعيده من جديد إلى قبضة الدولة، على غرار ما كان يحدث في عصر مبارك، حيث كانت القبضة الأمنية قادرة على السيطرة على الإعلام وتحديد سقف أدواره، مع الحفاظ على قوة تأثيرية هائلة لإعلام الدولة، والثابت أن هيمنة إعلام الدولة ولسيطرة على الإعلام الخاص هو أحد ثوابت دولة يوليو في طبعاتها الثلاث (عبد الناصر، السادات، مبارك).

لكن تطور تكنولوجيا الاتصال وظهور الإعلام الجديد ثم ثورة ٢٥ يناير أطاح بهذه الهيمنة، والتي ورثها القطاع الخاص، وتحديدًا حفنة من رجال الأعمال لهم ارتباطات سياسية معلنة وغير معلنة؛ لذلك يبدو مفهومًا أن كل الصحف والقنوات الخاصة تحقق خسائر، تمامًا كإعلام الدولة، لأن كل منهما يسعى لتحقيق مكاسب سياسية وهيمنة على الرأي العام، بغض النظر عن دقة المعلومات أو احترام مهنية الإعلام وموثيق الشرف، ويمكن القول إن القنوات والصحف الخاصة لعبت منذ حكم الإخوان الدور الأكبر في تشكيل الرأي العام وتسييره كما تشاء، بينما تراجعت القدرات التأثيرية لإعلام الدولة، مع ملاحظة أن خسائر ومشاكل إعلام الدولة أكبر بكثير بسبب تضخم العمالة، حيث يصل مجموع العاملين في الإذاعة والتلفزيون إلى حوالي ٤٢ ألفًا، يتقاضون رواتب شهرية من ميزانية الدولة تصل إلى ٢٢٠ مليون جنيه، وتقدر خسائر اتحاد الإذاعة والتلفزيون بـ ٣,٦ مليار جنيه!!

ما يهمنا الآن هو هل يمكن السماح باستمرار هيمنة الإعلام الخاص على الرأي العام، أم أن هناك ضرورة لتغيير هذا الوضع، أو على الأقل تنظيمه، بما يضمن حقوق الدولة والمواطن، علاوة على استعادة عافية إعلام لدولة وفاعليته أو جزء منها، بهدف تحقيق التعدد والتوازن في بنية النظام الإعلامي، وبحيث لا يخضع الإعلام لهيمنة رجال الأعمال، ولا شك أن الإعلام الخاص صار أحد أدوات رجال الأعمال في مصر، ليس فقط للتعبير عن مصالحهم، وإنما لممارسة ضغوط على الرئيس وحكومته، كما حدث في أثناء حكم الإخوان، ويبدو أن السيسي لن يسمح بتكرار هذا الوضع، ويتطلع لإعلام داعم للدولة في الحرب على الإرهاب، وإصلاح الموازنة العامة، وتحفيز المواطنين لمزيد من التبرع لمشروعات تنموية طموحة، وهي بدون شك وظائف مطلوبة لإعلام المسؤولة الاجتماعية، لكن من دون أن يتحول إلى إعلام تعبوي. لأن هذا الإعلام انتهى نتيجة ظهور التطور الديمقراطي، وتطور تكنولوجيا الاتصال، وظهور إعلام المواطن والإعلام الجديد.

من هنا لابد من امتلاك رؤية شاملة تستهدف تغيير النظام الإعلامي الحالي وفق ما جاء في الدستور، وبما يعزز مسؤوليته الاجتماعية ودوره التنموي، ويضمن في الوقت ذاته حرية الإعلام ومصادقته واستقلاله عن سلطة السلطة التنفيذية وسلطة رأس المال، وتفعيل دوره الرقابي، وكفالة حقوق المواطنين الاتصالية، وتعزيز دورهم في إنتاج وتلقي المضامين الإعلامية والمعلوماتية، علاوة على استعادة القوة الناعمة للإعلام المصري، عربيًا وأفريقيًا ودوليًا بحيث يكون الأكثر تأثيرًا في الرأي العام العربي.

في هذا السياق أقترح على الرئيس والبرلمان القيام بالخطوات التالية التي تهدف إلى تغيير الإعلام والنهوض وهي:-

- ١- الحفاظ على المؤسسات الإعلامية المملوكة للشعب والعاملين فيها، ورفض كل محاولات خصخصة تلك المؤسسات أو المساس بمصالح وحقوق العاملين فيها، والعمل على النهوض بهذه المؤسسات وضمان استقلالها وتحديثها، بحيث تتحول



إلى إعلام للخدمة العامة والتنمية، ملتزمًا بالمسؤوليات الاجتماعية والتنمية، ويتطلب ذلك تسوية ديونها، وزيادة الدعم المقدم لها من الدولة، وتمليك العاملين فيها لنسب من الأسهم، وتفعيل دورهم في الإدارة ومراقبة الأداء.

٢- زيادة الدعم المخصص لوسائل الإعلام المملوكة للشعب، حتى يمكن إعادة هيكلتها والنهوض بها، ونقترح أن تأتي هذه الزيادة من: ميزانية الدولة، ورفع الرسوم المقررة على فاتورة استهلاك الكهرباء بنسبة محدودة، وفي المقابل يمنع بث الإعلانات التجارية، وبيع الوقت في القنوات والإذاعات التابعة للدولة، حتى يمكنها أن تؤدي دورها كإعلام للخدمة العامة، يقف على مسافة واحدة من الجميع، ويسمح لكل القوى المجتمعية بالتعبير عن نفسها بعدالة ومساواة، في المقابل تفرض الدولة ضرائب ورسوم تشكل نسبة ٢٠٪ على الأقل من دخل الإعلانات التجارية في الصحف والقنوات الخاصة لصالح تمويل إعلام الدولة.

٣- تشجيع العاملين في الإذاعة والتلفزيون العام والخاص على تشكيل نقابة مستقلة، وإصدار ميثاق شرف إعلامي ومدونات سلوك، وتشجيع نقابة الصحفيين على مراجعة وتطوير ميثاق الشرف الإعلامي.

٤- ضمان استقلال المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام وهيئة الصحافة وهيئة الإعلام المرئي والمسموع (المواد ٢١١، ٢١٢، ٢١٣ في الدستور) من خلال ضمان استقلال مصادر تمويل عمل الهيئات الثلاث، من خلال تحديد نسبة من حصيلة الدخل على الإعلانات في وسائل الإعلام كافة.

٥- اختيار أعضاء الهيئات الثلاث التي ستتولى تنظيم الإعلام من خارج صندوق شيوخ الإعلاميين، بحيث يخصص نصف المقاعد لشباب الإعلاميين أقل من أربعين سنة، وأن تخصص نصف المقاعد للمرأة، وهنا لا بد من الاعتماد على معايير موضوعية مجردة لاختيار الأعضاء، مثل تخصيص عدد معين من الأعضاء يختارهم الأزهر

والكنيسة والمجلس الأعلى للقضاء والمجلس الأعلى للجامعات، ونقابة الصحفيين، ونقابة الإعلاميين "تحت التأسيس" ورئيس الجمهورية والمجتمع المدني، وبحيث تكون ٧٥ ٪ من أعضاء كل هيئة من الإعلاميين، وبحيث يكون ٥٠ ٪ من أعضاء الهيئة الوطنية للصحافة من بين أعضاء الجمعيات العمومية المنتخبين عن كل المؤسسات الصحفية.

٦- أن ينص قانون تشكيل الهيئات الثلاث على قصر مدة العضوية في الهيئات الثلاث به سنوات على الأكثر، ويجدد ٢٥ ٪ على الأكثر من أعضاء كل هيئة كل عامين بطريقة القرعة، ويلتزم كل أعضاء الهيئات الثلاث بإنهاء علاقات العمل المنتظم أو غير المنتظم (لبعض الوقت أو تقديم استشارات وغيرها) لوسائل الإعلام كافة، مع ضمان مصادر تمويل مستقلة لعمل الهيئات الثلاث.

٧- ضمان تنظيم العلاقة بين الهيئات الثلاث وضمان استقلالها المادي والإداري، وأن يكون أعضاؤها ممثلين بشكل حقيقي ومتوازن عن أطراف المجتمع، وأن يعملوا من اليوم الأول على تطوير قوانين الإعلام ومنح الرخص وأنماط الملكية والتمويل، بما يضمن منع الاحتكار والالتزام بالقواعد المهنية موثيق الشرف الإعلامي.

٨- تجتمع الهيئات الثلاث لاقتراح قوانين حول ما نص عليه الدستور بشأن:

- ضبط وتحديد مفاهيم التحريض على العنف أو التمييز بين المواطنين أو الطعن في أعراض الأفراد، والتي وردت في مواد الدستور الخاصة بحرية الرأي والتعبير وحرية الإعلام وحرية الإبداع الفني والأدبي، وبحيث لا تتحول إلى قيود جديدة على حرية الإعلام والإبداع في الوطن.

- اقتراح قانون لحرية الحصول على المعلومات، وتحديد الضوابط المقترحة له، بما لا يؤثر على حق المواطنين في الوصول للمعلومات وتداولها.

- ضمان عدم التمييز بين الإعلام التقليدي وكافة أشكال الإعلام الجديد وإعلام المواطن في الحقوق والواجبات.
- ضمان حقوق المواطنين في الإعلام، وآليات التأكد من شفافية التمويل، ومنع الاحتكار، والتركيز في ملكية وسائل الإعلام، بحيث لا تزيد ملكية الأفراد وأسهم عن ١٠ ٪ من ملكية كل وسيلة إعلامية، وتمنح كل وسائل الإعلام القائمة ستة أشهر لتوفيق أوضاعها.
- اقتراح العقوبات المادية والأدبية على المخالفين، وآليات تنفيذها والطعن عليها قضائيًا، وآليات متابعة وتدقيق شكاوى المواطنين، وتمكينهم من حقوقهم الاتصالية والإعلامية.
- مراجعة القوانين والأنظمة الخاصة بالإعلام، بما يعزز من حرية الإعلام وتنوعه، وينهي كافة القوانين والإجراءات التي تهدد حرية الرأي والتعبير وفي مقدمتها العقوبات السالبة للحريات.
- ١ تقوم الهيئات الثلاث بتشجيع الإعلاميين على وضع موثيق شرف إعلامي وأنظمة ذاتية للتدقيق والمراجعة والضبط المهني.
- ٢ تشجيع ودعم كافة أشكال إعلام المواطن، والتي تتطور من خلال ما تتيحه شبكة الإنترنت من مواقع ومدونات وأشكال جديدة للتواصل الاجتماعي.
- ٣ تشجيع ودعم المواطنين على تشكيل جمعيات وهيئات مدنية، للدفاع عن حقوق الجمهور، ومراقبة أداء الإعلام والهيئات المنظمة للممارسات الإعلامية.
- ٤ وضع قيود ونسب لمساحات وأوقات الإعلان في وسائل الإعلام الخاصة والصحف المملوكة للشعب، بحيث لا تتجاوز النسب المعمول بها عالميًا، والتي تحترم حقوق الجمهور.

٥- الاهتمام بالتربية الإعلامية في مناهج التعليم المختلفة، من أجل الارتقاء بأنماط متابعة الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وتشجيع المواطنين على نقد ومراقبة الإعلام، وتمكينهم من المشاركة في الإعلام.

٦- تشجيع ودعم الملكيات التعاونية في الإعلام، وكافة أشكال الإعلام المحلي، وكذلك أنماط الإعلام الجديد.

إن مقترحاتي السابقة قابلة للنقاش، وأتمنى أن تكون بداية لعمل جاد وسريع لتنظيم الإعلام الخاص وإعلام الدولة، وتحويله إلى إعلام للخدمة العامة، مع ملاحظة أن كل القوانين والمقترحات التي ستتنظم هياكل وعمل الإعلام ستكون خاضعة للرقابة الشعبية ورقابة البرلمان، ويمكن مراجعتها بعد عدة سنوات، ومن حق البرلمان تغييرها، وهو إجراء ديمقراطي ومفيد أيضًا في إصلاح أي أخطاء أو سلبيات تظهر عند تطبيق التنظيم الجديد للإعلام، وبالتالي لا يجب أن يثير مخاوف البعض من عدم الاستقرار أو التعديل المستمر، فالمهم دائمًا هو التوافق على النظام الصالح والأكثر فاعلية وتحقيقًا لحرية الإعلام وتنوعه، ولا بد أن ندرك أنه لا قوانين دائمة أو مقدسة لتنظيم الإعلام، وأن التجربة هي الوسيلة الوحيدة للحكم على نجاعة وفاعلية أي قوانين تنظيمية للإعلام، المهم أن تلتزم القوانين دائمًا بالحقوق والضمانات التي نص عليها الدستور بشأن حرية الرأي والتعبير، وبالمواثيق الدولية التي وقعت عليها مصر.

\*\*\*

حقوق الطبع محفوظة للناسر



أطلس

للسر والإنتاج الإعلامى

يحظر نشر أو اقتباس أى جزء  
من هذا الكتاب إلا بعد الرجوع  
إلى الناسر

يناقش الكتاب تحولات الإعلام المصري من الثورة. مروراً بحكم الإخوان المسلمين السريع والمضطرب، وانتهاءً بحكم الرئيس عبد الفتاح السيسي. والفرضية الرئيسية التي يناقشها الكتاب هي أن الثورة أطلقت حرية الإعلام ما ساعد في خلق مجال عام حيوي اتسم بالتنوع والانتشار وقوة التأثير. لكن هذه الحرية حملت نقيضها، وأدت إلى حالة من الفوضى الإعلامية، وتراجع مستويات الأداء المهني، وغياب لمواثيق الشرف الإعلامي. ويعتمد الكتاب على المنهج النقدي في مناقشة مجموعة من الإشكاليات التي تدور حول حدود دور الإعلام في متابعة قضايا الثورة. وهل كان مجرد ناقل أم صانع لأحداث وتحولات الثورة ذاتها. ويقدم الكتاب تحليلاً نقدياً لموقف خطاب الإخوان الإعلامي من الثورة. وكذلك يكشف عن رؤية الإخوان البرجماتية للإعلام، اعتمداً على كتابات حسن البنا وممارساته. وكذلك ممارسة الجماعة للصحافة والإعلام، والتي تأثرت بالفكر والتجربة النازية في ألمانيا. والتجربة السوفيتية في عصر ستالين. ويناقش الكتاب دور الإعلام في الثورة من النواحي النظرية والمنهجية، وعلاقته بقضايا التحول الديمقراطي. وي طرح الكتاب خارطة طريق لإصلاح الإعلام المصري من خلال سرعة تطبيق مواد دستور ٢٠١٤ الخاصة بحرية الرأي والتعبير وتنظيم الإعلام.

تصميم الغلاف / ريم السماوي

I SBN 9789773994136



9 789773 994136

